

TAMPEREEN YLIOPISTO  
Johtamiskorkeakoulu

**YHTEISVOITTOJA JA NOLLASUMMAPELEJÄ**  
**Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen**  
**kehykset kotimaisessa uutismediassa**

Yrityksen johtaminen  
Pro gradu -tutkielma  
Heinäkuu 2018  
Ohjaajat: Anna Heikkinen, Johanna Kujala

Taija Huhtala

# TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto  
Tekijä:  
Tutkielman nimi:

Johtamiskorkeakoulu, yrityksen johtaminen  
HUHTALA, TAIJA  
Yhteisvoittoja ja nollasummapelejä:  
Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen  
suhteen kehykset kotimaisessa uutismediassa  
91 sivua, 1 liite  
Heinäkuu 2018  
ilmastonmuutos, vastuullinen liiketoiminta,  
kestävä kehitys, uutismedia, kehysanalyysi

Pro gradu -tutkielma:  
Aika:  
Avainsanat:

Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välinen suhde on yksi aikamme suurimmista dilemmoista. Ilmastonmuutos muuttaa yritysten toimintaympäristöä radikaalisti ja asettaa liiketoiminnalle yhtäältä haasteita, toisaalta uusia mahdollisuuksia. Myös liiketoiminnan vaikutus ilmastoon on ristiriitainen, sillä sen ollessa samanaikaisesti yksi suurimmista hiilipäästöjästä, voi se toimillaan myös hillitä ilmastonmuutoksen etenemistä.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tulkita liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta kotimaisessa uutismediassa. Uutismedia on tutkimuskohteena merkittävä, sillä se toimii julkisen vuorovaikutuksen kenttänä ja on osaltaan vaikuttamassa yhteiskunnallisen keskustelun kulkuun, yleisiin mielipiteisiin sekä ihmisten toimintamalleihin. Uutisista muodostetut kehykset kuvastavat yhtäältä uutisten kirjoittajien, toisaalta ympäröivän yhteiskunnan arvoja. Myös lukijat tulkitsevat kehyksiä omista lähtökohdistaan ja muodostavat niistä omat tulkintansa.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu ilmastonmuutoksen aiheuttamia liiketoiminnan uusia ajureita, vastuullista ja kestäväää liiketoimintaa sekä yritysten ilmastonmuutostoimintaa käsittelevän johtamistutkimuksen ympärille. Empiirinen aineisto on kerätty kahdesta kotimaisesta uutismediasta, joiden liiketoimintaa ja ilmastonmuutosta käsitteleviä uutisia tarkastellaan yhden vuoden ajalta. Tutkimus on luonteeltaan laadullinen ja aineistoa analysoidaan kehysanalyysin avulla.

Kotimaisen uutismedian tunnistettiin tutkimuksessa kehystävän uutisia ja tulkitsevan niissä esiintyviä teemoja ja toimijoita hyvin erilaisista näkökulmista käsin. Neljä tunnistettua kehystä ovat Liiketoimintamahdollisuus, Liiketoimintariski, Ilmastouhka sekä Ilmastoratkaisu. Kehysten mukaan mukaan ilmastonmuutosta tulkitaan kotimaisessa uutismediassa liiketoiminnan kannalta enemmän mahdollisuuksien kuin riskien näkökulmasta. Liiketoiminnan taas oletetaan kohtuullisen tasapuolisesti olevan sekä uhka ilmastolle että ilmastonmuutoksen ratkaisija. Tutkimus kontribuoi aiempaan kirjallisuuteen tuomalla esiin, että ehdotetut ratkaisut liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen dilemmaan esitetään usein ilman tietoa ratkaisujen todellisesta vaikutuksesta ja että yhteisvoittoa korostava win-win -puhe on yleistä. Kehykset ovat tutkimuksen mukaan todellisuutta yksinkertaistavia ja eri toimijoiden välille rakennetaan vastakkainasettelua sen sijaan, että aihetta tulkittaisiin laajempaa kokonaisuutena. Käytännön tasolla sekä journalistit että lukijat voivat hyötyä tutkimuksessa muodostettujen kehysten laajemmasta ymmärryksestä ja tätä myöten muodostaa ja tarkastella uutisia aiempaa moniulotteisemmasta näkökulmasta.

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>1 JOHDANTO.....</b>	<b>6</b>
1.1 Tutkimuksen tausta.....	6
1.2 Tutkimuksen tavoite .....	9
1.3 Tutkimusprosessin kuvaus.....	10
1.4 Tutkielman sisältö.....	13
<b>2 LIIKETOIMINTA JA ILMASTONMUUTOS .....</b>	<b>15</b>
2.1 Liiketoiminnan uudet ajurit .....	15
2.1.1 Muuttuva ilmasto ja luonnonmullistukset .....	15
2.1.2 Kansainvälinen ja kansallinen säätely .....	16
2.1.3 Arvot ja asenteet yhteiskunnassa .....	17
2.1.4 Ilmastomuutos liiketoimintamahdollisuutena.....	20
2.2 Yritysten ilmastomuutostoiminta .....	22
2.2.1 Vastuullisuus ja kestävä kehitys liiketoiminnassa.....	22
2.2.2 Yritysten ilmastomuutostoimet: sopeutuminen ja hillintä.....	26
2.2.3 Proaktiivinen ja reaktiivinen ilmastomuutosstrategia.....	30
2.2.4 Strategioiden sovelluksia .....	31
2.2.5 Onnistumisen edellytykset.....	33
2.3 Onko tällä pelillä voittajaa? .....	35
2.4 Synteesi.....	38
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>43</b>
3.1 Laadullinen tutkimus .....	43
3.2 Mediatekstit tutkimuskohteena.....	44
3.2.1 Media mielipiteiden muovaajana.....	44
3.2.2 Media ja ilmastomuutos.....	45
3.2.3 Media ja kehykset .....	47
3.3 Aineisto ja analyysi .....	48
3.3.1 Mediatekstien kerääminen .....	48
3.3.2 Kehysanalyysi tässä tutkimuksessa .....	49
3.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	51
<b>4 LIIKETOIMINNAN JA ILMASTONMUUTOKSEN VÄLISEN SUHTEEN KEHYKSET.....</b>	<b>53</b>
4.1 Alustus .....	53
4.1.1 Aineiston teemat .....	53
4.1.2 Aineiston toimijat .....	:

4.2 Kehykset .....	59
4.2.1 Kehysten esittely .....	59
4.2.2 Liiketoimintamahdollisuus-kehys .....	62
4.2.3 Liiketoimintariski-kehys .....	66
4.2.4 Ilmastoratkaisu-kehys .....	69
4.2.5 Ilmastouhka-kehys .....	71
4.2.6 Kehysten päällekkäisyys .....	74
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>77</b>
5.1 Tulosten tulkinta ja tieteellinen kontribuutio .....	77
5.2 Tutkimuksen käytännön merkitys .....	82
5.4 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset .....	84
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>86</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>92</b>
Liite 1: Uutisaineisto .....	92

## Luettelo kuvioista

Kuvio 1. Tutkimusprosessin eteneminen.....	11
Kuvio 2. Tutkimuksen kulku.....	14
Kuvio 3. Vastuullisen liiketoiminnan pyramidimalli.....	24
Kuvio 4. Kestävyyden kolme ulottuvuutta.....	25
Kuvio 5. Kuznetsin käyrä ympäristökontekstissa.....	37
Kuvio 6. Teoriaosion synteesi.....	41
Kuvio 7. Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen molemminsuuntainen suhde yhteiskuntakontekseissa.....	81

## Luettelo taulukoista

Taulukko 1. Ilmastonmuutosstrategiat.....	11
Taulukko 2. Aineiston teemat.....	54
Taulukko 3. Aineiston toimijat.....	57
Taulukko 4. Kehysmatriisi.....	60
Taulukko 5. Kehysten päällekkäisyys.....	74

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

*“Preservation of the environment, promotion of sustainable development and particular attention to climate change are matters of grave concern for the entire human family”*

*-Paavi Benedict*

Ilmastonmuutos on yksi suurimmista maailmanlaajuisista kriiseistämme. Ilmasto lämpenee hiilidioksidin vapautuessa ilmakehään ja tätä myötä lämmön karkaamisen estävien kaasujen määrän kasvaessa. Suurin osa ilmakehään päätyvästä hiilidioksidista on peräisin fossiilisista polttoaineista, kuten kivihiilestä ja öljystä. (WWF 2017.) Ilmastonmuutoksen aiheuttamat sääilmiöt, kuten tulvat, kuivuus, myrskyt ja nouseva merenpinta tulevat vaikuttamaan myös liiketoimintaan. Vaikka seuraukset ovat selvimmät toimialoilla, joihin sääolotilojen muutokset vaikuttavat suoraan, yltävät ilmastonmuutoksen vaikutukset kaikkeen yritystoimintaan. (Sullivan 2008.)

Mittava osa ilmaston lämpenemistä aiheuttavista päästöistä on peräisin yrityksistä (Ihlen 2009). Nykyisessä ilmastonmuutosjohtamista käsittelevässä kirjallisuudessa liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välinen suhde määritellään usein yhdeksi aikamme keskeisimmistä haasteista (Heikkinen 2014, 36). Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välillä oletetaan usein olevan ristiriita. Oletuksena on tällöin, että kasvava vauraus tarkoittaa myös kasvavia päästöjä ja ilmastonmuutoksen etenemistä. Muun muassa Clark ja York (2005) toteavat kansantalouden kehityksen kasvattavan päästöjä yksittäistä henkilöä kohti. Broomen (2014, 273-274) mukaan talouskasvua tavoitellaan tyypillisesti ottamatta huomioon tuotannon ja kulutuksen negatiivisia vaikutuksia ympäristölle ja ilmastolle. Yritysten rooli ilmastonmuutoksen torjumisessa onkin kokonaisuudessaan ollut pieni ja useat yritykset odottavat haitallisten päästöjen yhä kasvavan liiketoiminnan laajetessa (Ihlen 2009).

Koska yritykset nähdään usein syyllisinä ilmastonmuutokseen, niiden kuitenkin oletetaan toimivan sen hidastamiseksi tai vähintään edes niin, ettei se etene (Ihlen 2009.) Yhteiskunnan muuttuvat arvot asettavat yrityksille ulkoisia paineita toimia ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. 2000-luvulla pinnalle noussut kestävyys käsite sisältää lupauksen yhä oikeudenmukaisemmasta ja vauraammasta yhteiskunnasta, jossa sekä ympäristö että kulttuurilliset saavutuksemme säilyvät myös seuraaville sukupolville (Dyllick & Hockerts 2002, 130). Myös ilmastonmuutoksen pysäyttämiseen ja päästöjen vähentämiseen liittyvät poliittiset toimenpiteet ja säädökset asettavat liiketoiminnalle ulkoisia paineita toimia (Sullivan 2008). Nykyään yritykset kiinnittävätkin aiempaa enemmän huomiota ympäristö- ja ilmastonmuutosasioihin. Taloudellisten tavoitteiden rinnalle on nostettu arvoperustaisia, kestävään kehitykseen nojaavia päämääriä. Tällaisten arvoperustaiset yritysten tarkoituksena on palvella yhteistä hyvää esimerkiksi ilmastonmuutosta vastaan taistelemalla. (Boyd ym. 2017.)

Yritysten ilmastonmuutostoimet jaetaan kirjallisuudessa karkeasti kahteen yläkäsitteeseen: sopeutumiseen ja hillintään (Pinkse & Kolk 2012). Ilmastonmuutosstrategioiden kaksi ääripäätä taas ovat reaktiivinen ja proaktiivinen (González-Benito & González-Benito 2006), joista reaktiivista strategiaa toteuttavat yritykset kieltävät vastuunsa ja proaktiivisesti toimivat yritykset varautuvat muutoksiin etukäteen (Kolk & Pinkse 2004, 305). Boiralin ym. (2012) mukaan ilmastonmuutosstrategioiden tutkiminen on kasvattanut ymmärrystämme strategioiden taustalla piilevistä motiiveista, strategiaihin sitoutumisen institutionaalisista konteksteista, sitoutumisen tyypeistä sekä strategiaihin sitoutumisen mahdollisista vaikutuksista. Heidän (2012) mukaansa ilmastonmuutosstrategioiden useita variaatiota ja etenkin niiden monimutkaisia vuorovaikutussuhteita on tarkasteltu empiirisesti suhteellisen vähän ja tutkimusten tuloksista on hankala vetää yleistettäviä johtopäätöksiä.

Ilmaston lämmitessä yhä useampi yritys on omaksunut proaktiivisen strategian hyödyntämisen (Kolk & Pinkse 2004, 305). Muun muassa ruotsalainen elintarvikebrändi Oatly ja amerikkalainen luonnonkosmetiikkayritys RMS Beauty perustavat liiketoimintansa vihreille, kestäville ja ilmastonmuutosta hidastaville arvoille. Toisaalta kuitenkin Bansalin (2005, 26) mukaan yritysten vastuullinen toiminta

ei suoraan takaa ympäristön kannalta positiivista lopputulosta. Näin ollen väitettä liiketoiminnan ja ilmaston yhteisvoitosta ei voida aukottomasti todentaa oikeaksi.

Joukkoviestimet toimivat julkisena areenana yhteiskunnallisen ongelman määrittelyyn ja julkiseen keskusteluun osallistuville toimijoille. Medialla on suuri vaikutus siihen, mitkä aiheet nousevat julkisuudessa esiin ja ketkä ovat toimijoita, joiden tuottaman tiedon uskotaan olevan totuudenmukaista ja joihin ongelmanratkaisussa luotetaan (Väliaverron 1996, 89.) Suuri osa ihmisistä muodostaa käsityksensä ilmastonmuutoksesta median antaman kuvan perusteella (Schäfer & Schlichting 2014, 153). Happerin ym. (2016) mukaan asenteiden lisäksi media vaikuttaa myös lukijoiden käyttäytymiseen. Medialla on mahdollisuus muovata lukijoiden muodostamia tulkintoja ilmastonmuutoksesta ja siihen liittyvistä uhista ja vaikuttaa suoraan siihen, mitä ilmastonmuutoksen pysäyttämiseksi tehdään (Happer ym. 2016.) Yhä suurempi osa ilmastonmuutoksen saamasta medianäkyvyydestä koskee yritysvastuuta ja ilmastonmuutosstrategioita (Boiral ym. 2011).

Koska media vaikuttaa olennaisesti sekä mielipiteisiimme että toimintaamme, tarve sen syvällisemmälle ymmärrykselle on suuri. Tämän tutkimuksen tavoitteena on analysoida sitä, millaisia tulkintoja kotimainen uutismedia muodostaa liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta. Mediatekstit tarjoavat loistavia mahdollisuuksia laadullisen tutkimuksen toteuttamiseen (Eriksson & Kovalainen 2008). Tutkin mediatekstejä kehysanalyysin keinoin. Kehysanalyysin avulla pyritään identifioimaan systemaattisia ja yleistettävissä olevia kehyksiä, joita viestinnässä hyödynnetään (Allen 2017). Mediakehykset järjestävät maailmaa ja sen tapahtumia sekä niitä tuottaville journalistille että uutisten lukijoille (Gitlin 2003, 9). Median tapa kehystää liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta muokkaa yleisen keskustelun kulkua ja sitä, miten lukijat teemaa tulkitsevat. Mediaviestien tulkinta on nimittäin aina myös subjektiivinen kokemus, sillä lukijat etsivät jatkuvasti omia mielipiteitään tukevia näkökulmia ja vastavuoroisesti jättävät vastakkaiset näkemykset huomiotta (Kahan ym. 2007). Sen sijaan että kehykset olisivat yksioikoisia, ne voivat olla ristiriidassa keskenään tai toisaalta päällekkäisiä ja toisiaan tukevia. Suhteen ollessa monisyinen eivät kehyksetkään ole toisistaan riippumattomia ja erillisiä vaan ne esiintyvät aineistossa osin päällekkäin.



Schäferin ja Schlichtingin (2014, 153) mukaan tutkimusta median taipumuksista kirjoittaa ilmastonmuutoksesta on tehty kiitettävästi. Vaikka yritysten ilmastovastuuseen liittyvä uutisointi on Boiralin (2011) mukaan jatkuvasti kasvanut, empiiristä liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta mediassa tarkastelevia tutkimuksia on edelleen niukasti. Tutkimuksen tarve on huomattava kahdesta syystä: ensinnäkin yritysten ja ilmastonmuutoksen välinen suhde on ilmastonmuutoksen hidastamisen kannalta oleellinen, ja toiseksi media vaikuttaa vahvasti eri toimijoiden mielipiteisiin sekä toimintaan.

## 1.2 Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on analysoida ilmastonmuutoksen ja liiketoiminnan välistä suhdetta. Tarkastelun kohteena on liiketoimintaa ja ilmastonmuutosta käsittelevä uutisointi sanomalehdissä, josta tunnistan kehysanalyysin keinoin uutismedian tuottamia tulkintoja aiheesta. Tutkimuksen tavoitteeseen pyrin vastaamalla seuraavaan tutkimuskysymykseen:

Miten liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta kehystetään kotimaisessa uutismediassa?

Tutkimuskysymykseen vastatakseni käsitteelen tutkielman teoreettisessa osiossa ilmastonmuutoksesta johtuvia liiketoiminnan uusia ajureita ja yritysten ilmastonmuutostoimintaa. Liiketoiminnan uusiin ajureihin liittyen esittelen muuttuvia ilmasto-olosuhteita, ilmastonmuutokseen liittyvää poliittista säätelyä sekä yhteiskunnan uusia, aiempaa kestävämpiä ja vastuullisempia arvoja käsittelevää kirjallisuutta. Lähestyn liiketoimintaympäristön muutoksia niiden haasteellisuuden lisäksi mahdollisuuksien näkökulmasta. Yritysten ilmastonmuutostoimintaa avatakseni hyödynnän tutkielmassani yritysten ilmastonmuutostoimia sekä –strategioita käsittelevää kirjallisuutta. Kirjallisuudessa painotetaan usein ilmastonmuutokseen sopeutumiseen liittyviä tai ilmastonmuutosta hillitseviä, vastuulliseen ja kestävään liiketoimintaan yhdistettäviä toimia. Esittelen teoriaosiossa kuitenkin myös liiketoiminnan aiheuttamien päästöjen haitallisuutta korostavia ja liiketoiminnan ja

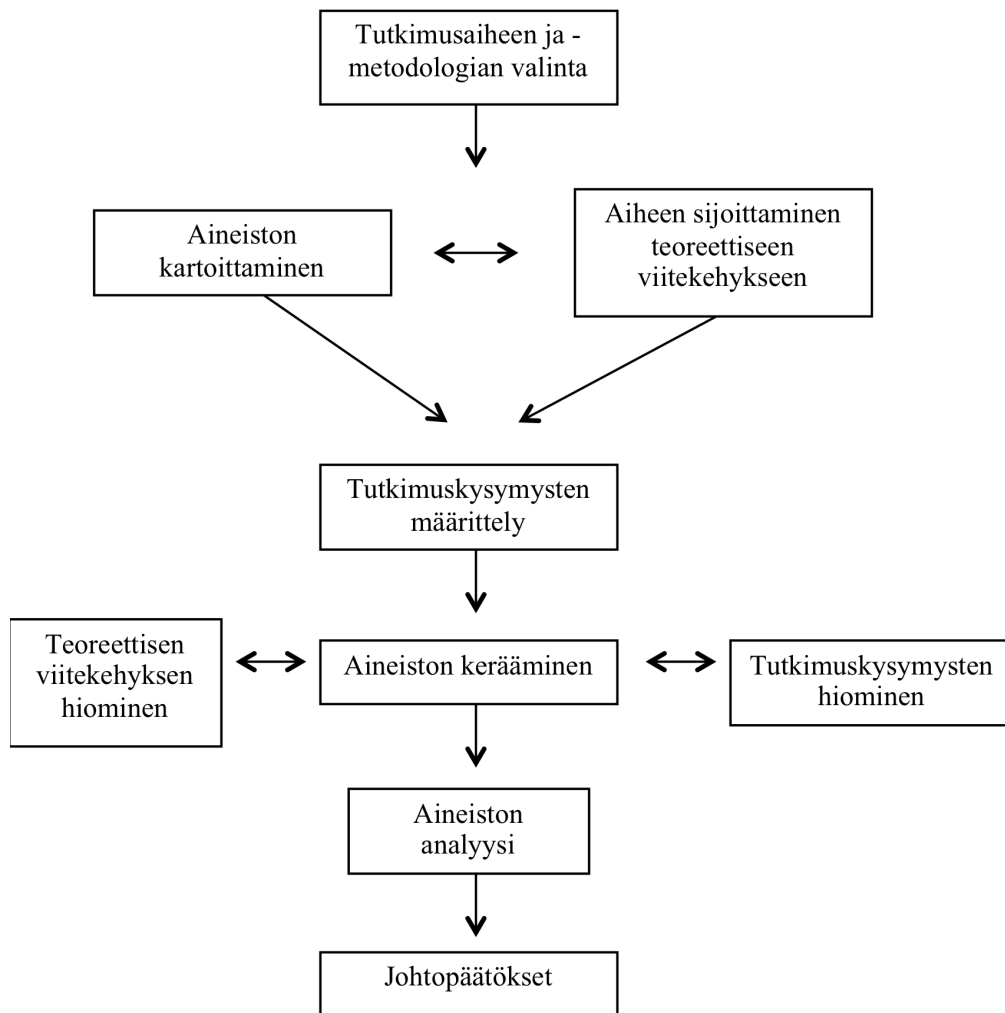
ilmastonmuutoksen välisen suhteen ongelmallisuutta pohtivia näkökulmia kokonaiskuvan hahmottamiseksi.

Tutkielman empiirisessä osiossa tarkastelen Helsingin Sanomien sekä Kauppalehden uutisointia liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta aikavälillä 1.1.2017–31.12.2017. Jotta aihetta tulisi tarkasteltua mahdollisimman monipuolisesti, olen sisällyttänyt tutkimusaineistoon myös pääkirjoitukset, kolumnit sekä mielipidetekstit. Rajauksen ulkopuolelle jäävät kuitenkin muut medialähteet, kuten televisio ja sosiaalinen media. Myöskään uutisten kommenttiosio ei kuulu tämän tutkimuksen piiriin.

Tutkimus on luonteeltaan laadullinen, joten siinä keskitytään merkityksiin, eikä tarkoituksena ole löytää eksakteja syy-seuraussuhteita. Sen sijaan tunnistan uutisissa esitetyjä toimijoita, teemoja ja kehyksiä, joiden avulla aihetta lähestytään. Kehyksien tulkinnassa oleellista on tarkastella niissä esiintyviä olettamuksia ongelmista ja niiden syistä, moraalisia päätelmiä syiden taustatekijöistä sekä ratkaisuja määriteltäisiin ongelmiin (Entman 1993, 52). Erilaiset kehykset tarjoavat erilaiset lähtökohdat tekstien tulkitsemiseen, ja vaikka todellisuutta ei toki luodakaan yksin mediassa, on se kuitenkin keskeinen keskustelun herättäjä sekä mielipiteiden muovaaja. Kehyksen käsite mahdollistaa sellaisen kokonaisuuksien hahmottamisen ja syvärakenteiden analyysin, joka helposti katoaa mediatekstien tulkinnalle tyypillisessä määrällisessä analyysissä (Väliaverron 1996, 112).

### **1.3 Tutkimusprosessin kuvaus**

Laadulliselle tutkimusprosessille on tyypillistä sen joustava muotoutuminen tutkimuksen edetessä (Hirsjärvi ym. 2007, 160). Prosessista on kuitenkin mahdollista tunnistaa erilaisia, osin toisiensa kanssa päällekkäisiä vaihteita, jotka esittelen Kuviossa 1.



Kuvio 1. Tutkimusprosessin eteneminen.

Tutkimusprosessi alkoi aiheen valinnalla. Kiinnostukseni vastuullisen liiketoiminnan teemoihin vaikutti mahdollisten tutkimuskohteiden pohdintaan jo kesällä 2017. Syksyllä 2017 toinen ohjaajistani ehdotti minulle aihetta, joka käsittelee minua kiinnostavia teemoja ja johon näin ollen tartuin innolla. Vastuullisen liiketoiminnan lisäksi olen kiinnostunut ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta ja viestinnästä, jonka teemojen ympärille tutkimus myös kietoutuu. Tässä vaiheessa teema oli tutkimusmetodologiaa vaille valittu. Seminaarisyksyn 2017 edetessä valitsin tutkimusmetodiksi kehysanalyysin, ja tutkimuksen perusrakenteen ollessa valmis etenin prosessin seuraavaan vaiheeseen.

Tutkimusprosessi eteni tässä vaiheessa aineiston alustavaan kartoitukseen ja aiheen sijoittamiseen teoreettiseen viitekehykseen. Alun perin tarkoituksena oli tarkastella uutisia useamman vuoden ajalta ja tutkia mahdollisia muutoksia aiheeseen liittyvässä uutisoinnissa. Tässä vaiheessa tutkimusta ymmärsin kuitenkin aineiston laajuuden konkreettisesti, ja päädyin tarkastelemaan kahta uutismediaa yhden vuoden ajalta. Aineiston kartoituksen avulla kasvatin ymmärrystäni aiheesta ja sijoitin sen alustavaan teoreettiseen viitekehykseen. Tässä vaiheessa teoreettinen viitekehys koostui lähinnä yritysten sisäisistä vastuullisen liiketoiminnan toimista, ilmastonmuutostoimista sekä – strategioista.

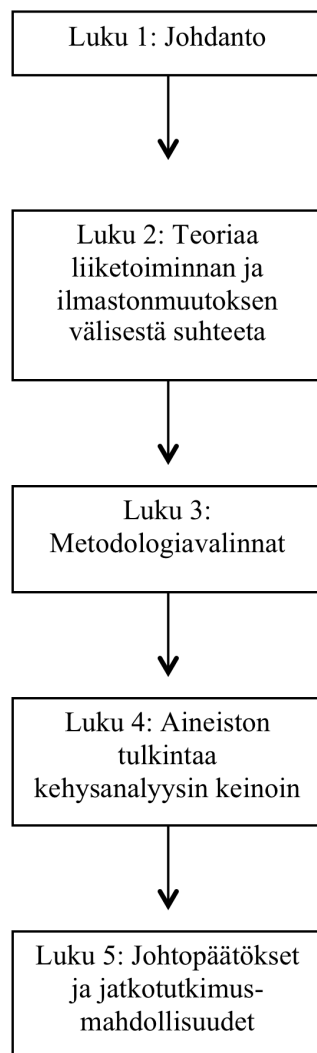
Tutkimusprosessin seuraava vaihe sijoittuu alkuvuodelle 2018, jolloin aloin valmistella tutkimussuunnitelmaa ja tätä myöten paneudun tarkemmin tutkimuskysymyksiin ja aloitin varsinaisen aineiston keräämisen. Tutkimussuunnitelman palauttamisen jälkeen jatkoin aineiston keräämistä muutaman viikon ajan, jonka jälkeen palasin tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen ja tein siihen useita lisäyksiä. Tästä eteenpäin teoreettisen viitekehyksen muodostaminen sekä aineiston kerääminen etenivät limittäin tosiaan muokaten ja tukien. Ymmärsin tässä vaiheessa myös liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen molemminpuolisuuden aiempaa selvemmin, joten lisäsin teoriaan etenkin ilmastonmuutoksen aiheuttamia liiketoimintaympäristön muutoksia. Myös tutkimuskysymykset muovautuivat tässä vaiheessa lopulliseen muotoonsa.

Aineiston analyysivaiheessa muodostin huolellisen läpikäynnin avulla aineistosta siinä esiintyvät teemat ja toimijat, joiden avulla muodostin lopulta neljä erilaista tulkintaa liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta kotimaisessa uutismediassa. Kehysten ja tieteellisen viitekehyksen avulla muodostin lopulta tutkimuksen johtopäätökset. Tutkimusprosessin etenemistä vauhditti itse muodostamani aikataulu sekä seminaarityöskentelyyn kuuluvat palautukset. Jotta kykenin paneutumaan tutkimukseen sen ansaitsemalla tavalla, siirtyi lopullinen palautus alkuperäisestä suunnitelmasta kuukauden eteenpäin ja näin ollen lopullinen työ valmistui heinäkuussa 2018.

## 1.4 Tutkielman sisältö

Tutkielmani koostuu kuudesta luvusta. Johdantoluvussa syvennyn aiheenvalinnan taustoihin ja tutkimusongelmaan. Esitän luvussa myös tutkimuskysymyksen ja kuvailen tutkimusprosessin etenemistä sekä tutkimuksen kulkua. Johdantolukua seuraa tutkimuksen kirjallisuusosio, jossa perehdytään liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen väliseen suhteeseen. Käsittelen ensin ilmastonmuutoksen aiheuttamia liiketoiminnan uusia ajureita, jonka jälkeen tarkastelen liiketoiminnan ilmastonmuutostoimia ja -strategioita. Esittelen luvun lopussa synteesin ja liitän teorian yhteiskunnallisen tason keskusteluun.

Kolmannessa luvussa kuvaan valitsemiani tutkimusmetodologioita, laadullista tutkimusmenetelmää sekä kehysanalyysiä, ja analysoin niiden soveltuvuutta tutkimukseen. Pohdin luvussa myös median olemusta ja sen mahdollista vaikutusta lukijoiden asenteisiin ja käytökseen. Kerron myös tarkemmin tutkimuksen keruusta sekä pohdin tutkimuksen luotettavuutta. Esittelen tutkimuksen löydökset luvussa neljä. Viidennessä luvussa analysoin kehyksiä aiemman tutkimuskirjallisuuden näkökulmasta ja pohdin tutkimukseni käytännön merkitystä eli kehysten mahdollista vaikutusta lukijoiden mielipiteisiin sekä yhteiskunnalliseen keskusteluun. Pohdin viidennessä luvussa myös tutkimuksen rajoitteita ja kartoitan mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Tutkimuksen kulku esitetään kuviossa 2.



Kuvio 2. Tutkimuksen kulku.

## 2 LIIKETOIMINTA JA ILMASTONMUUTOS

### 2.1 Liiketoiminnan uudet ajurit

#### 2.1.1 Muuttuva ilmasto ja luonnonmullistukset

Ilmastomuutos on suurin planeettaamme koskevista kriiseistä (Sullivan 2008). Nykyaikaisten mittausmenetelmien sekä paleoklimatologisten tutkimusten perusteella ilmaston lämpenemistä voidaan nykypäivänä seurata ja ennustaa luotettavasti. Suunta on valitettavan selvä: ilmakehä sekä meret ovat lämmenneet, jäätikköalueet pienentyneet, merenkorkeus on kohonnut ja kasvihuonekaasupitoisuus noussut. (Stocker 2014.) Jatkuvasti nousevilla keskilämpötiloilla on vaikutusta muun muassa ekosysteemeihin, mannerjäätiköiden sulamiseen, alkuaineiden kiertokulkuun luonnossa, yhteiskunnan infrastruktuuriin sekä elintarvike- ja vesiresursseihin. (Scheffer, Carpenter, Foley, Folke, & Walker 2001.) Esimerkiksi ruuantuotantoon ilmastomuutos vaikuttaa negatiivisesti nostaten hintoja ja laskien kulutusta, jolloin vaaditaan aiempaa tehokkaampia johtamismalleja, tuotantoalueiden laajentamista ja uudelleenallokointia kansainvälisillä markkinoilla (Nelson ym. 2014). Hoffmanin (2005) mukaan jälleenvakuutusyhtiö Swiss Re on ennustanut, että vuoteen 2050 mennessä ilmastomuutoksesta johtuvat luonnonmullistukset voivat aiheuttaa vuosittain yhteiskunnallisesti jopa 300 miljardin dollarin kustannukset.

Myös liiketoiminta on altis ilmastomuutoksen aiheuttamille muutoksille, kuten myrskyille, kuivuudelle ja tulville. Seuraukset tulevat olemaan mittavimmat maa- ja metsätalous-, kalastus-, vesi-, terveydenhuolto-, vakuutus-, turismi- ja kiinteistösektoreilla. (Sullivan ym. 2009.) Valtiot ovat toisiinsa nähden eriarvoisessa asemassa sijaintinsa sekä erilaisten toimialapainotustensa vuoksi. Kehittyvät valtiot tulevat kärsimään kaikista eniten. Ensinnäkin ne sijaitsevat alueilla, missä kuumuus ja kuivuus painottuvat ja toisekseen niiden talous on keskittynyt ilmastoherkille toimialoille, kuten maatalouteen, kalastukseen ja turismiin. (Burton ym. 2006.) Vaikka toiset liiketoimintasektorit ovat herkempiä äärimmäisille sääilmiöille kuin toiset, ilmastomuutos tulee vaikuttamaan kaikkeen yritystoimintaan tavalla tai toisella (Sullivan ym. 2009).

### 2.1.2 Kansainvälinen ja kansallinen säätely

Yritykset tekevät ilmastonmuutokseen liittyviä strategisia päätöksiä monimutkaiseen ja globaaliin poliittiseen ilmapiiriin heijastaen (Kolk & Pinkse 2005). Muuttuvan ilmaston lisäksi ilmastonmuutoksen pysäyttämiseen ja päästöjen vähentämiseen liittyvät poliittiset toimenpiteet ja säädökset asettavat liiketoiminnalle ulkoisia paineita toimia (Sullivan 2008).

Säätelyllä on suora vaikutus teollisen liiketoiminnan ytimeen, sillä talouskasvu on viimeisen kahdensadan vuoden aikana perustunut halpoihin ja laajasti saatavilla oleviin energialähteisiin, erityisesti fossiilisiin polttoaineisiin. Monelle yritykselle tämä tarkoittaa kokonaisvaltaista toimintojen, liiketoimintamallien sekä strategioiden uudelleenmuovaamista. (Sullivan ym. 2008.) Fossiiliset polttoaineet, jotka tällä hetkellä kattavat jopa 80% maailman energiantuotannosta, tullaan enenevässä määrin korvaamaan uusiutuvilla energialähteillä, kuten tuuli-, vesi- ja aurinkovoimalla (Howard-Grenville ym. 2014). Säätelyn vaikutus liiketoimintaan on kuitenkin riippuvainen yrityksen toimialasta. Kolkin ja Pinksen (2004) mukaan päästösäätelylle herkkimmät teollisuudenalat, kuten öljy-, kaivos- ja metalliteollisuus kokevat säätelyn liiketoiminnallisena riskinä. He (2004) toteavat kuitenkin joidenkin finanssialalla toimivista yrityksistä näkevän säätelyn mahdollisuutena. Ne uskovat voivansa auttaa asiakkaita, joihin säätely vaikuttaa, helpottamalla niiden päästökauppaa tai rahoittamalla niiden kompensatiorankkeita. (Kolk & Pinkse 2004.)

Yhdistyneiden Kansakuntien vuonna 2015 järjestämässä Pariisin ilmastokokouksessa sovittiin ilmastonmuutoksen hidastamisen kannalta merkittävä, oikeudellisesti sitova maailmanlaajuinen ilmastopöytäkirja (Heikkinen 2017). Sopimuksen tärkeimpänä tavoitteena on hillitä ilmastonmuutosta rajaamalla kuluvan vuosisadan lämpötilan nousu alle 1,5 asteeseen. Lisäksi tarkoituksena on vahvistaa valtioiden kykyä sopeutua ilmastonmuutoksen vaikutuksiin ja tarjota taloudellista tukea vähäpäästöiseen ja kestäväan kehitykseen. (UNFCCC 2018.)

Pariisin ilmastopöytäkirja edellyttää sen osapuolilta jatkuvaa ilmastonmuutoksen hillinnän tehostamista, jonka takia osapuolet raportoivat säännöllisesti päästöistään ja niiden vähennyksiin pyrkivistä toimistaan. Lisäksi yhteistä edistymistä seurataan viiden



vuoden välein, jolloin myös sovitaan kunkin osapuolen jatkotoimenpiteistä. Pariisin sopimus tuli voimaan 4.11.2016, jolloin sen toteutumiseksi vaadittava määrä valtioita (55 valtiota, joiden osuus maailmanlaajuisista hiilidioksidipäästöistä on 55%) ratifioivat sopimuksen. (UNFCCC 2018.) Pariisin ilmastopöimuksen on tähän mennessä allekirjoittanut kaikki maailman valtiot. Vuoden 2017 kesäkuussa Trump ilmoitti Yhdysvaltojen jättävän sopimuksen sen ollessa hänen mukaansa maan omien intressien vastainen.

EU:n sisäisistä energiapolitiikan lähtökohdista ja tavoitteista taas sovittiin Eurooppa-neuvostossa 23.10.2014. Strategian lähtökohtia ovat kestävyys, toimitusvarmuus ja kilpailukyky. Tavoitteita on esimerkiksi uusiutuvalle energialle 27 prosentin osuus, vähintään 40% päästövähennys vuoteen 2030 mennessä vuoden 1990 tasosta ja energiatehokkuuden parantaminen 27 prosentilla. Toimilla pyritään ympäristövaikutusten pienentämiseen, energian saatavuuden varmistamiseen ja kilpailukykyisiin energian hintoihin. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Sekä EU:n energia- ja ilmastopolitiikka että Pariisin sopimus ovat lähtökohtina Suomen ilmastotavoitteille (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016). Suomen hallitus hyväksyi 24.11.2016 vuoteen 2030 ulottuvan kansallisen energia- ja ilmastostrategian. Tavoitteena on kasvattaa uusiutuvan energian osuutta energian loppukulutuksesta yli 50 prosenttiin 2020-luvulla ja pitkällä aikavälillä muuttaa energiajärjestelmä uusiutuviin energialähteisiin perustuvaksi ja täysin hiilineutraaliksi. (Valtioneuvosto 2016.) Lisäksi pyrkimyksenä on luopua hiilen käytöstä energiantuotannossa, puolittaa tuontiöljyn käyttö kotimaan tarpeisiin ja nostaa liikenteen uusiutuvien polttoaineiden osuus 40 prosenttiin vuoteen 2030 mennessä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

### **2.1.3 Arvot ja asenteet yhteiskunnassa**

Liiketoimintaan heijastuu vahvasti ympäröivän yhteiskunnan muuttuvat arvot ja asenteet. 1950-luvulla alkanut tuotannon ja kulutuksen kasvu on aiheuttanut sekä jätteiden että päästöjen määrän lisääntymistä. Vallalla oleva tuotanto- ja kulutusmalli tuhoaa olemassa olevia resursseja ja siitä tulevat päästöt kuluttavat luonnon tuottokykyä. Ongelman mittakaavan takia ympäristöongelmien käsittely on laajentunut

myös yhteiskunta- ja taloustieteisiin, joissa luontoon on aiemmin suhtauduttu lähinnä loputtomien resurssien lähteenä. (Hakanen 1999, 17–24.)

Yhteiskunnan muutokset ja niiden aiheuttama tarve kansainväliselle yhteistyölle on vaikuttanut vahvasti kestävä kehityksen käsitteen syntyyn (Kahilainen 2000). Kestävä kehityksen (sustainable development) termin lanseerasi Maailman ympäristö- ja kehityskomissio WCED julkaisemassaan raportissa *Our Common Future*. Myös Brundtlandin raporttina tunnetun julkaisun tavoitteena oli ensinnäkin selvittää kriittiset ympäristöongelmat ja ehdottaa realistisia toimintamalleja niiden ratkaisemiseksi, toisekseen pyrkiä vaikuttamaan sääntelyyn uudenlaisten yhteistyömuotojen kautta ja kolmanneksi kasvattamaan yksilöiden, vapaaehtoisorganisaatioiden, laitosten, julkisen vallan ja liiketoiminnan ymmärrystä ja toimintaan sitoutumista. Kestäväksi kehitykseksi määritellään raportissa toiminta, joka tyydyttää nykyisten sukupolvien tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omansa. (UNESCO 2010.)

Luonnontilan muutokset eivät Väliwerrosen (1996, 39) mukaan kuitenkaan sellaisenaan heijastu yhteiskunnalliseen toimintaan. Hänen (1996, 40) mukaansa ympäristön tilasta tulee ympäristöongelma vasta, kun se nostetaan julkiseen keskusteluun, jossa siihen etsitään syitä, syyllisiä sekä etsitään ongelmalle ratkaisua. Yritysten sidosryhmät arvioivat niiden ympäristösuorittumista saatavilla olevien informaatiolähteiden, kuten mediatekstien perusteella (Bansal & Clelland 2004). Yritysten oletetaan pysyvän yhteiskunnan määrittelemien, yleisesti hyväksytyjen rajojen sisällä, jossa onnistuessaan yritys ansaitsee legitimitettä. Koska yhteiskunta on päättänyt tarvitsevansa liiketoimintaa, se voi myös lopettaa sen olemassaolon. Legitimiteetin saavuttaminen on yrityksen pitkän aikavälin selviytymisen kannalta välttämätöntä. (Ihlen 2009.) Yritykset ansaitsevat ympäristölegitimiteettiä kun niiden ympäristöön liittyvät teot vastaavat sidosryhmien henkilökohtaisia odotuksia, mieltymyksiä ja normeja (Bansal & Clelland 2004).

Ympäristöjärjestöt toimivat lobbaajina, sosiaalisina aktivisteina sekä normien puolestapuhujina sekä lokaalilla, kansallisella että kansainvälisellä poliittisella tasolla. Ne toimivat toisinaan myös palveluntarjoajina ympäristöystävällisissä kehitysprojekteissa. (Broome 2014, 280.) Toiminnan tarkoitus on tuottaa kestävä arvoa edistämällä ympäristöystävällisiä toimintatapoja ja vaikuttamalla poliittisiin

päättäjiin. Tavoitteena on usein saada yhteiskunta luopumaan fossiilista energialähteistä kokonaan ja tukea uusiutuvien energialähteiden käyttöönottoa (Lyakhov & Gliedt 2017). Keskittyessään yksittäisiin yrityksiin, ympäristöjärjestöille tyypillinen tapa asettaa niille painetta on vaikuttaa yrityksen muihin sidosryhmiin. Tavoitteena on saada sidosryhmät käyttämään vaikutusvaltaansa ja vaikuttamaan positiivisesti yrityksen muutokseen. (Hendry 2006, 49-50.)

Ympäristöjärjestöjen valta ilmastonmuutoskeskusteluissa on kasvanut jatkuvasti (Carpenter 2001, 319). Carpenterin (2001) mukaan ympäristöjärjestöt pyrkivät lisäämään yleistä tietoisuutta osallistumalla keskusteluun median kautta. Järjestöjen tietoisuuden lisäämiseen pyrkivät toimet ovat niiden aseman parantumisen myötä yleistyneet. Käytännössä toimet voi tarkoittaa esimerkiksi konferenssien järjestämistä, taustamateriaalien jakamista median edustajille medianäkyvyyden takaamiseksi, ilmastoaiheisten nettisivujen ylläpitämistä sekä tutkimusten julkaisemista. Jotkut ympäristöjärjestöt tekevät myös itse yhteistyötä yritysten kanssa. (Carpenter 2001.) Esimerkiksi WWF Suomi tarjoaa yrityksille erilaisia yhteistyömuotoja. Vaihtoehtoja ovat esimerkiksi ympäristökoulutus henkilöstölle, media- ja kampanjayhteistyö, Green Office-ympäristöjärjestelmä toimistoille sekä yhteistyökumppanuus. (WWF 2018).

Kuluttajat ovat yksi yrityksen tärkeimmistä sidosryhmistä, joiden ostokäyttäytymisellä on paljon vaikutusvaltaa yritysten toimintaan. Heidän vaatiessaan yhteiskunnallisesti ja ympäristöllisesti oikeudenmukaisesti tuotettuja palveluita tai tuotteita, yritysten täytyy joko taipua kysyntään tai riskeerata yrityksen olemassaolo. (Collins ym. 2007, 556.) Myös jatkuvasti suurempi osa sijoittajista ottaa päätöksenteossaan huomioon ympäristöön liittyviä, yhteiskunnallisia sekä hallinnollisia tekijöitä, sillä sijoitukset ovat vääjäämättä alttiita yritysten aiheuttamille ympäristövahingoille. Liiketoiminnan tuotannosta aiheutuvat ympäristöhaitat, kuten päästöt, päätyvät vain harvoissa tapauksissa yritysten maksettaviksi. Sijoittajille näistä niin kutsutuista ulkoishaitoista koituu todennäköisesti enemmän kustannuksia kuin tapauksista, joissa yritykset joutuvat itse maksajiksi, jolloin motiivi vähentää niitä olisi huomattavasti suurempi. (Mattison ym. 2010, 3-29.) Etenkin suurilla institutionaalisilla sijoittajilla on paljon valtaa yrityksiin, joiden osakkeita ne omistavat huomattavan määrän (Cotter & Najah 2012, 3) ja ne voivat vaikuttaa positiivisesti siihen, miten liiketoimintaa toteutetaan (Mattison ym. 2010, 3).

Yritykset eivät nykyään useissa tapauksissa täytä sidosryhmien odotuksia kestävydestä, jolloin niiden legitimitetti on uhattuna (Schrerer ym. 2013, 277). Sidosryhmien miellyttämisessä onkin omat haasteensa. Vaikka julkisesta keskustelusta voisi päätellä enemmistön kannattavan päästövähennyksiä, tietoisuus yritysten tekojen todellisista vaikutuksista näyttäisi olevan heikkoa (Hoffman 2005, 34). Sidosryhmät eri toimintaympäristöissä myös painottavat erilaisia arvoja päätöksenteossa: yleisesti uskotaan esimerkiksi, että eurooppalaiset kuluttajat ja päättäjät ovat amerikkalaisia huolestuneempia ympäristöstä, ja näin ollen tekevät amerikkalaisia todennäköisemmin taloudellisia uhrauksia kasvattaakseen ympäristön hyvinvointia (Levy & Kolk 2002). Myös kestävä kehityksen ja talouskasvun välisestä suhteesta on eriäviä mielipiteitä. Suuri osa heistä, jotka hyötyvät tuotteiden ja palveluiden kestävästä kehityksestä ovat sitä mieltä, että kulutuksen käsitettä tulisi laajentaa. Toiset taas ovat sitä mieltä, että tuotteiden ja palveluiden tuottaminen on luonnostaan kestävämpiä ja kulutusta tulee kokonaisuudessaan vähentää. (Redclift 2005, 215.)

Suomessa ympäristöä arvostetaan ja suomalaiset ovat huolestuneita ilmastonmuutoksesta (Heikkinen 2017). Elinkeinoelämän valtuuskunta EVA on vuodesta 1984 saakka kartoittanut suomalaisten arvojen ja asenteiden muutoksia (EVA 2018a). 1980-luvun alkupuolella ekologisen tietoisuuden lisääntymisen seurauksena syntynyt ympäristön ja talouden vastakkainasettelu on säilynyt yhä tähän päivään asti (Haavisto & Kiljunen, 2011). Vuoden 2016 kartoituksessa 77% kyselyyn vastanneista oli joko täysin tai joksikin sitä mieltä, että ilmastonmuutos on ”aikamme suurin ympäristöuhka, jonka torjumiseksi on nopeasti ryhdyttävä tehokkaisiin toimiin kaikissa maissa” (EVA 2018b). Luottamus liiketoiminnan ilmastotoimiin on laskenut tasaisesti vuodesta 2003, jolloin vielä 64% koki suomalaisen teollisuuden ja elinkeinoelämän toimivan ympäristöasioissa vastuullisesti. Viimeisessä mittauksessa vuonna 2013 vastaava luku oli enää 47% (EVA 2018c).

#### **2.1.4 Ilmastonmuutos liiketoimintamahdollisuutena**

Ilmastonmuutoksen vakavuutta väheksymättä sitä on liiketoiminnan kannalta kuitenkin mahdollista tarkastella myös mahdollisuutena (ks. esim. Hoffman 2005).

Kokonaispäästöjen vähentämisen positiivisesta vaikutuksesta yritysten kilpailukykyyn

on saatu vahvistusta useissa tutkimuksissa. Päästöjen vähentäminen saattaa avata uusia mahdollisuuksia prosessien optimointiin ja tätä kautta taloussäästöihin mm. madaltuneiden energia- ja kuljetuskustannusten, vähentyneen materiaalin käytön ja päästöjen minimoinnin kautta (Hoffman ym. 2005).

Luonnonsuojelua ei kuitenkaan perinteisesti ole yrityksissä nähty taloudellisesti kannattavana (Hoffman ym. 2005). Boiralin ym. (2012) tutkimuksen mukaan ilmastotoimiin uskotaan uppoavan enemmän rahaa kuin mitä niistä on mahdollista taloudellisesti hyötyä. Useiden kehittyvien maiden, kuten Intian ja Kiinan, johtajat ovat viitanneet taloudellisten resurssien riittämättömyyteen ilmastonmuutospäätöksiä ja päästörajoituksia säädettäessä (Boiral ym. 2012). Vaikka Boiralin ym. (2012) mukaan taloudelliset motiivit eivät vaikuta positiivisesti yritysten päästöjen vähentämiseen, myös heidän mukaansa matalammat kasvihuonepäästöt korreloivat positiivisesti yrityksen taloudellisen suorituksen kanssa.

Ilmastonmuutos avaa yrityksille myös uudenlaisia liiketoimintamahdollisuuksia ja tehostaa jo olemassa olevia markkinoita. Esimerkiksi tietyille tuotemarkkinoille suuntautuminen tarjoaa yrityksille mahdollisuuksia vähentää hiilijalanjälkeään ja parantaa suoriutumiskykyään. Muun muassa biomateriaalien, joiden tuotannossa hyödynnetään fossiilisten polttoaineiden sijaan uusiutuvia resursseja, ympärille on rakentunut uudenlaista liiketoimintaa. Myös päästöjä vähentävistä teknologioista on muodostunut kokonaan uusi liiketoimintasektori. (Hoffman ym. 2005.) "Cleantech" eli ympäristöliiketoiminta kattaa kaikki yritykset, jotka pyrkivät säästämään energiaa ja ympäristöä sekä tarjoavat ratkaisuja asiakkaiden ympäristöhaasteisiin. Toimijat eivät siis rajaudu suoraan ympäristön parissa toimiviin yrityksiin, vaan mukaan lasketaan minkä tahansa sektorin ympäristönäkökulmat huomioon ottavat liiketoimintamallit. Ympäristöteknologioilla on valtava potentiaali: vuoteen 2020 mennessä markkinoiden oletetaan jopa kaksin-kolminkertaistuvan. (Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry 2018).

Sullivanin, Crossleyn ja Kozakin (2009) mukaan päästöttömyydellä voi ansaita myös mainehyötyjä. Parantunut maine voi vaikuttaa positiivisesti tulevaisuuden säätelyyn vaikuttaviin äänestäjiin, oikeustapauksissa päätöksiä tekeviin valamiehiin, ympäristöarvojen perusteella valintoja tekeviin sijoittajiin, yrityksen mahdollisuuksiin laajentaa liiketoimintaa vaikuttaviin yhteisöihin, yrityksestä kirjoittaviin toimittajiin,

yrittäjien omiin työntekijöihin, yritystä vastaan protestoiviin aktivisteihin ja yrityksen tuotteita ostaviin asiakkaisiin. (Hoffman 2005.)

Kolkin ja Pinksen (2004) tutkimuksen mukaan yritykset korostavat ilmastonmuutokseen liittyviä mahdollisuuksia uhkia enemmän. Tutkimuksessa yritysten mainitsema mahdollisuudet jakautuvat kolmeen strategiaan: hintojen muutokseen, kysynnän muutokseen ja uusien teknologioiden kehittämiseen. Energian hintojen nousu on toisaalta tuotannossaan energiaa hyödyntäville yrityksille riski, mutta kokonaisuudessaan hiilipäästöjen pienentämisen uskotaan johtavan energiantarpeen pienenemiseen ja tätä kautta kulujen vähenemiseen. Tuotteiden matalapäästöisyyden taas oletetaan lisäävän niiden kysyntää. Uusien teknologioiden kehittäminen nähdään kolmesta kategoriasta kaikkein positiivisemmassa valossa: yritykset uskovat tuotekehityksen luovan kilpailuetuja suhteessa muihin ja prosessi-innovaatioiden edistävän energiatehokkuutta. (Kolk & Pinkse 2004.)

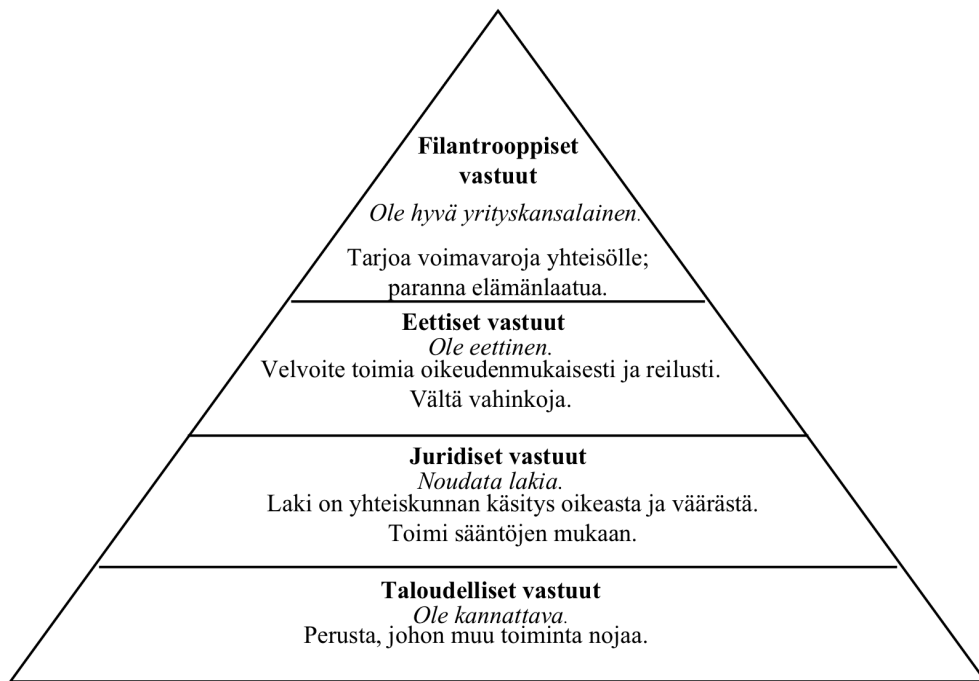
## **2.2 Yritysten ilmastonmuutostoiminta**

### **2.2.1 Vastuullisuus ja kestävä kehitys liiketoiminnassa**

Taloudellisten motiivien lisäksi aiemmassa tutkimuksessa on tunnistettu eettisiä motivaatiotekijöitä yritysten ilmastotoimintaan. Syitä ilmastonmuutoksen hillinnälle voi olla esimerkiksi omat arvot sekä tahto turvata myös tulevien sukupolvien hyvinvointi. (Heikkinen 2014.) Sekä tieteellisessä keskustelussa että liiketoimintaympäristössä on käytössä satoja termejä liittyen inhimillisempään, eettisempään ja läpinäkyvämpään tapaan tehdä bisnestä (Van Marrewijk 2003, 1). Vuosien varrella vastuullisen liiketoiminnan tieteellisellä kentällä on alettu hyödyntämään mitä moninaisempia näkökulmia, teorioita sekä terminologiaa. Ongelmallista on se, että samoja termejä hyödynnetään eri merkityksin. (Garriga & Melé 2004, 51.) Van Marrewijkin (2003, 2) mukaan vastuullisen liiketoiminnan käsitteen laajentumisen seurauksena sen uskotaan valittavan usein olevan ihmelääke mitä moninaisempiin globaaleihin ongelmiin, kuten toimeentuloeroihin, sosiaaliseen eristäytymiseen ja ympäristön rappeutumiseen.

Bansalin ja Songin (2017) mukaan kestävä kehitys (corporate sustainability) ja vastuullinen liiketoiminta (corporate social responsibility) käsittelevät molemmat liiketoiminnan ja yhteiskunnan välistä suhdetta. Käsitteiden välinen ero on kirjallisuudessa ajan myötä hämärtynyt ja tutkijat puhuvat osin samoista liiketoimintatariskeistä ja -mahdollisuuksista. Ilmiöiden lähtökohdat ovat kuitenkin varsin erilaiset. Varhaiset vastuullisuustutkimukset ovat lähtökohdiltaan normatiivisia ja ne syntyivät vastareaktionä vapaisiin markkinoihin ja kapitalismiin. Vastuullisuustutkimuksen ydin on liiketoiminnan sosiaalisissa ongelmissa. (Bansal & Song, 2017.)

Garrigan ja Melén (2004, 51) mukaan vastuullinen liiketoiminta (CSR) käsitteenä sai alkunsa vuonna 1953, kun Bowen julkaisi urauurtavan kirjan *Social Responsibilities of the Businessman*. Bansalin (2005, 12) mukaan Bowen painotti liiketoiminnan vastuita ja kirjoitti vastuullisen liiketoiminnan viittaavan liiketoiminnan harjoittajien velvoitteeseen tavoitella sellaisia käytäntöjä, päätöksiä ja toimintatapoja, jotka ovat toivottavia yhteiskunnan arvojen ja päämäärien suhteen. 1900-luvun puolenvälin jälkeen keskustelu on ollut vilkasta. Yhdeksi vastuullisen liiketoiminnan kentän maineikkaimmaksi tutkijaksi voidaan nimetä Archie Carroll (Garriga & Melé 2004, 52). Carrollin (1979, 500-501) yritysten vastuisiin sisältyy taloudellisia, juridisia, eettisiä sekä valinnaisia vastuita. Vuonna 1991 Carroll (1991, 42) edisti aiempaa näkemystään esittelemällä vastuullisen liiketoiminnan pyramidimallin (Kuvio 3). Pyramidi kuvastaa vastuullisen liiketoiminnan neljää komponenttia. Yritysten perustehtävä, taloudellinen vastuu, on pohjana kaikelle muulle toiminnalle. Toisekseen yritysten on toimittava lain puitteissa, sillä laki on yhteiskunnan käsitys siitä, mikä on hyväksyttävää ja mikä ei. Kolmantena komponenttina pyramidissa on eettinen vastuu: yritysten tulee toimia oikeudenmukaisesti ja olla tuottamatta harmia sidosryhmilleen. Viimeiseksi yritysten odotetaan olevan hyviä yrityskansalaisia ja tarjoavan sekä taloudellista että inhimillistä pääomaa yhteisölle kasvattaen sen hyvinvointia. (Carroll 1991, 42.)



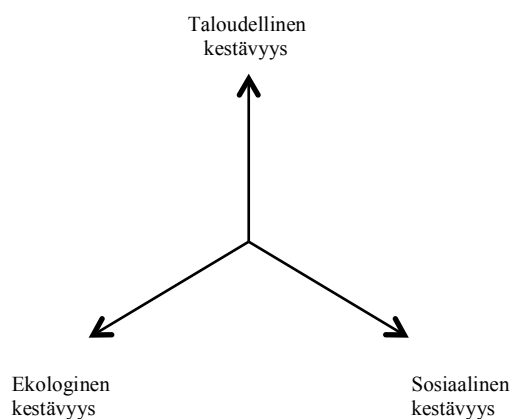
Kuvio 3. Vastuullisen liiketoiminnan pyramidimalli (Carroll 1991, 42).

Garriga ja Melé (2004) ovat pyrkineet selkeyttämään vastuullisen liiketoiminnan tutkimuskenttää jakamalla tehdyt tutkimukset neljään kategoriaan. Heidän (2004) mukaansa CSR-teoriat keskittyvät johonkin seuraavista neljästä näkökulmasta: (1) pitkäaikaisiin tuottoihin tähtäävien tavoitteiden saavuttamiseen, (2) liiketoimintavallan vastuulliseen hyödyntämiseen poliittisella kentällä, (3) yhteiskunnallisten vaatimusten yhdistämiseen tai (4) hyvän yhteiskunnan edistämiseen toimimalla eettisesti oikein. Tämän perusteella Garriga ja Melé (2004) ovat jakaneet CSR-teoriat neljään ryhmään: välillisiin (instrumental theories), poliittisiin (political theories), integroiviin (integrative theories) sekä arvoperustaisiin (value theories) teorioihin.

Dyllick ja Hockertsin (2002) mukaan kestävä kehitys voidaan määritellä suorien ja epäsuorien sidosryhmien tarpeiden vastaamiseksi ilman tulevaisuuden sidosryhmien tarpeisiin vastaamisen vaarantumista. Tavoitteen saavuttamiseksi yritysten täytyy kasvattaa taloudellista, sosiaalista sekä ekologista pääomaansa ottaen myös osaa kestävyysajatteluun liittyvään julkiseen keskusteluun (Kuvio 4). Taloudellinen kestävyys takaa yrityksen maksuvalmiuden samalla kun yritys tuottaa jatkuvaa ja



keskimääräistä korkeampaa tuottoa osakkeenomistajille. Sosiaalisella kestävyydellä tarkoitetaan lisäarvon tuottamista yhteisölle, jonka sisällä yritys toimii. Sosiaalinen kestävyys edellyttää sekä yksilöiden inhimillisen että yhteisöjen yhteiskunnallisen pääoman kasvattamisen tavalla, jonka sidosryhmät ymmärtävät ja jonka taustalla piileviin arvoihin ne voivat samaistua. Ekologisesti kestävät yritykset eivät harjoita ekosysteemiä heikentävää toimintaa eivätkä aiheuta luontoon kerääntyviä ja niiden kestokyvyn ylittäviä päästöjä. Ne käyttävät ainoastaan luonnonvaroja, joiden kuluttaminen ei ylitä niiden uusiutumista. (Dyllick & Hockerts 2002.)



Kuvio 4. Kestävyyden kolme ulottuvuutta (Dyllick & Hockerts 2002, 132).

Näistä lähtökohdista Dyllick ja Hockerts (2002, 132) määrittelevät kolme liiketoiminnan kestävä kehityksen elementtiä. Ensimmäinen ja heidän mukaansa kaikista tärkein elementti on taloudellisten, sosiaalisten sekä ekologisten näkökulmien yhdistäminen kokonaisuudeksi. Aito kestävyysajattelu perustuu kaikkien kolmen elementin huomioimiseen, sillä sen sijaan, että ne olisivat toisistaan erillisiä, ne liittyvät ja vaikuttavat toisiinsa. Toiseksi, yritysten täytyy ottaa lyhyen aikavälin tavoitteiden lisäksi myös pitkän aikavälin tavoitteet. Kolmanneksi, yritysten täytyy kuluttaa tulojaan pääomansa sijaan. Kestävä kehitys edellyttää sekä taloudellisen, sosiaalisen että ekologisen pääoman ylläpitämistä. (Dyllick & Hockerts 2002, 131-132.)

Vaikka aiemmin vastuullisuudella viitattiin lähinnä sosiaalisiin ja kestävyydellä ympäristöön liittyviin aspekteihin, ovat niiden väliset erot nykyisessä kirjallisuudessa hämärtyneet. Käsitteiden sekoittuminen on Bansalin ja Songin (2017, 106) mukaan

aiheuttanut hämmennystä sekä hidastanut tutkimusalan kasvua, jonka takia ne on syytä pitää erillään.

Van Marrewijk (2003, 8) on pyrkinyt erottamaan käsitteet toisistaan määrittelemällä vastuullisen liiketoiminnan yhteisöllisenä, ihmis- ja organisaatiolähtöisenä käsitteenä, jolla voidaan viitata muun muassa läpinäkyvyyteen, sidosryhmädialogiin ja kestävyysraportteihin. Kestävän kehityksen hän sen sijaan luonnehtii toimijalähtöiseksi käsitteeksi, joka liittyy esimerkiksi arvon tuottamiseen, ympäristöjohtamiseen, ympäristöystävällisiin tuotantomalleihin sekä henkilöstön johtamiseen. (Van Marrewijk 2003, 8.) Bansal (2005) taas tiivistää vastuullisen liiketoiminnan viittaavan johtamisen viitekehykseen jossa liiketoiminnan ja yhteiskunnan välinen suhde otetaan huomioon. Kestävän kehityksen hän taas toteaa liittyvän yritysten pitkäaikaiseen kilpailukyvn säilyttämiseen. Kestävä kehitys liiketoiminnassa sisältää sekä taloudellisen, sosiaalisen että ekologisen näkökulman huomioonottamisen yrityksen prosesseissa, tuotteissa sekä toimintamalleissa. (Bansal 2005.) Koska vastuullisuus ja kestävyys voidaan määritellä usein eri tavoin, ei liiketoiminnan vastuullisuudelle ja kestäväälle kehitykselle ole olemassa selkeitä, yksittäisiä ominaispiirteitä (Van Marrewijk 2003, 9).

### **2.2.2 Yritysten ilmastomuutostoimet: sopeutuminen ja hillintä**

Yritysten yhteiskuntavastuun edistämiseen sekä kansallisesti käytävän keskustelun lisäämiseen omistautuneen yhdistyksen FIBS ry:n vuonna 2017 suorittaman yrityksille suunnatun, YK:n kestävä kehityksen tavoitteita käsittelevän kyselyn mukaan suomalaisyritykset panostavat 17:sta eri YK:n tavoitteista etenkin ilmastotekoihin (46% vastaajista). Ilmastomuutostoimet jaetaan kirjallisuudessa karkeasti kahteen yläkäsitteeseen: sopeutumiseen ja hillintään (Pinkse & Kolk 2012). Yritykset mukauttavat toimintaansa vastaantuleviin tilanteisiin soveltuvalla tavalla. Niiden on näin ollen sopeuduttava myös ilmastomuutoksen aiheuttamaan järjestelmien uudenlaiseen kuormitukseen (Berkhout ym. 2006). Hillintä viittaa toimiin, jotka pyrkivät hiilidioksidipäästöjen vakiinnuttamiseen tai vähentämiseen ilmastomuutoksen hidastamiseksi (Pinkse & Kolk 2012).

Sopeutumisprosessin ymmärtäminen on oleellista herkkyyksiä ja mahdollisia tulevia vahinkoja arvioidessa, ilmastomuutoksen epäsuoria vaikutuksia tutkiessa sekä

toimivan ja tehokkaan sopeutumisstrategian saavuttamiseen liittyvässä päätöksenteossa. (Berkhout ym. 2006.) Sopeutumisen vaikutukset ovat lokaaleja ja liittyvät esimerkiksi maankäyttöön, vedenjakeluun, maatalouteen ja ekosysteemin koskemattomuuteen. Yritykset ovat hiljattain alkaneet ymmärtää sopeutumisen tarpeellisuuden. (Pinkse & Kolk 2012.)

Berkhout ym. (2006) ovat tunnistaneet neljä yritysten sopeutumisen taustalla vaikuttavaa tekijää: (1) ydinkompetenssit, (2) ydinbisnes, (3) dynaaminen kapasiteetti ja (4) organisaatiokulttuuri. Ensinnäkin yritysten voi olettaa ottavan käyttöönsä sopeutumismittareita, jotka ovat yhteydessä niiden ydinkompetensseihin ja yrityksessä jo olemassa oleviin tietorakenteisiin sekä liiketoimintakäytäntöihin. Toiseksi taustatekijäksi Berkhout ym. (2006) nimeävät ydinbisneksen. Yrityksillä, joiden ydinbisnekseen ilmastonmuutoksella on merkittäviä vaikutuksia, on tapana etsiä ongelmaan teknisiä ratkaisuja. Altistuksen laajuus vaikuttaa yritysten sopeutumistoimiin: jos vain pieni osa ydinbisneksestä on vaarassa häiriintyä, riskien siirtäminen vakuuttamalla tai ulkoistamalla toimintoja koetaan yleensä houkuttelevammaksi vaihtoehdoksi. Kolmanneksi yrityksen reagointinopeus riippuu sen dynaamisesta kapasiteetista eli kyvystä muuttaa käyttäytymismalleja ja rutiineja ulkoisen paineen alla. Neljäntenä ja tärkeimpänä tekijänä yritysten sopeutumistoimien muovautumiselle vaikuttaa olevan sen organisaatiokulttuuri. Jäykän organisaatiokulttuurin yritykset reagoivat ilmastonmuutokseen dynaamisia yrityksiä varovaisemmin. (Berkhout ym. 2006.)

Näiden tekijöiden perusteella Berkhout ym. (2006) identifioivat neljä erilaista sopeutumisvaihtoehtoa:

1. Odota ja katso: Strategia pohjautuu skeptisyyteen tai epätietoisuuteen ilmastonmuutoksen vaikutuksista ja sopeutumisen hyödyistä.
2. Riskien ja vaihtoehtojen arviointi: Ennen sopeutumisstrategian valitsemista punnitaan erilaisia vaihtoehtoja ja niistä aiheutuvia mahdollisia riskejä.
3. Riskien käsittely ja hallinta: Ilmastonmuutoksesta kumpuavien riskien ja mahdollisuuksien hallinta organisaation resursseja ja kapasiteetteja hyödyntäen.
4. Riskien jakaminen ja siirtäminen: Pyrkimys riskien siirtämiseen tai jakamiseen joko vakuutuksen tai yhteistyön avulla.

Sopeutumistoimien motiiveina on sekä yrityksen sisäisiä resursseja sekä ulkoisia vaikuttumia: sopeutumistapaan ja –ajankohtaan vaikuttavat taloudelliset tekijät (kustannukset ja tuotot) ja yrityksen tapa tulkita ilmastonmuutossignaaleja. Kilpailutilanne, teknologinen muutos ja kysyntä ovat harvinaisempia mutta myös mahdollisia motiiveja sopeutumistoimille. Berkhoutin ym. (2006) mukaan paine sopeutua johtuu useimmiten ilmastonmuutoksen epäsuorista vaikutuksista.

Kuitenkin myös ilmastonmuutoksen suorat vaikutukset motivoivat yrityksiä kehittämään sopeutumisprosessejaan. Linnenluecke & Griffiths (2010) hyödyntävät artikkelissaan Hollingin & Gundersonin (2002) mukautumismallia, joka kuvastaa ilmastonmuutokseen liittyviin luonnonilmiöihin sopeutumista. Malli sisältää neljä vaihetta: (1) kasvu ja hyödyntäminen, (2) säilyttäminen, (3) romahdus tai irti päästäminen sekä (4) uudistaminen tai uudelleenjärjestäytyminen. Ennen romahdusta yritys toimii kohtuullisen vakaassa liiketoimintaympäristössä optimaalisella tavalla: romahdusvaiheessa liiketoimintaa häiritsee ilmastonmuutoksen aiheuttama luonnon-ilmiö. Oletuksena on aiemmin ollut se, että yllättävän muutoksen jälkeen liiketoimintaympäristö palautuu takaisin tasapainoon. Ilmastonmuutoksen aiheuttamien, mahdollisesti katastrofaalisten sääolosuhteiden jälkeen toimintaympäristö ei kuitenkaan välttämättä palaa takaisin ennalleen eikä viimeistä osa-aluetta, uudistamista, ole mahdollista enää toteuttaa. Ilmastonmuutoksen takia yritysten tuleekin aiempaa enemmän ottaa muuttuvat sääolosuhteet huomioon toiminnassaan. (Linnenluecke & Griffiths 2010.)

Sopeutumistoimien onnistunut toteuttaminen ei ole aina ongelmaton. Hertinin ym. (2002) mukaan yrityksillä saattaa ensinnäkin olla vaikeuksia tunnistaa ja tulkita ilmastonmuutossignaaleja. Toiseksi, signaalien ollessa heikkoja ja monitulkintaisia on epätodennäköistä, että toimenpiteistä opitaan yrityksen ja erehdyksen kautta etenkin yrityksissä, jotka eivät ole äärimmäisen herkkiä ilmastonmuutoksen vaikutuksille. Kolmanneksi, strategian ja suoriutumisen välinen yhteys ei aina ole suoraviivainen. Sopeutumistoimia valitessa on haastavaa arvioida ja luokitella uusien rutiinien todellisia tuloksia. Neljänneksi, sopeutumisprosessin arvon vahvistava, mitattavissa oleva palaute jää valitettavan usein puuttumaan kokonaan. (Hertin ym. 2002.) Oppimisen ollessa hidasta sopivien rutiinien ja taitojen kehittyminen vie aikaa (Berkhout ym. 2006).

Ilmastonmuutoksen hillintä taas toteutuu globaalilla tasolla ja sen vaikutukset ilmenevät vasta pitkällä aikavälillä. Hillintätoimet kohdistuvat muun muassa biodiversiteetin säilyttämiseen, metsien hävittämisen välttämiseen ja maaseudun sähköistämiseen. Tavoitteena on vähentää maailmanlaajuisia hiilidioksidipäästöjä. Suurin osa yritysten reaktioista on tähän asti kohdistunut ilmastonmuutoksen hidastamiseen liittyviin hillintätoimenpiteisiin sopeutumisprosessien sijaan. (Pinkse & Kolk 2012.)

Ulkoinen paine vähentää päästöjä vaihtelee teollisuudenaloittain (Dunn 2002). Hillintätoimien jaottelusta tutkijoilla on toisaalta toisiaan tukevia, toisaalta toisistaan hieman poikkeavia näkemyksiä. Weinhofer ja Hoffman (2010) esittävät, että yritysten kokonaisvaltaisen päästöjohtamisen tulisi ottaa huomioon seuraavat osa-alueet: (1) sisäinen ja ulkoinen päästöjohtaminen, (2) tuotantoprosessien ja tuotteiden kehittäminen, (3) pyrkimys riippumattomuuteen hiilipohjaisista resursseista ja (4) huolehtiminen myös epäsuorista päästöistä. Mittarien perusteella Weinhofer ja Hoffman (2010) ovat muodostaneet kolme toimintatyyppiä, joista yritys voi toteuttaa joko yhtä tai useampaa: päästöjen kompensatio, päästövähennykset ja hiilineutraalius. Kolkin ja Pinksen (2004) mukaan suurin osa yrityksistä pyrkii vähentämään päästöjä muokkaamalla sisäisiä prosessejaan. On kuitenkin jatkuvasti yleisempää laajentaa ilmastonmuutosajattelu koko toimitusketjun piiriin. Sidosryhmien ja yhteistyön merkitys päästövähennysprosesseissa kasvaa jatkuvasti. (Kolk & Pinkse, 2004.) Sullivanin ym. (2008) mukaan taas yritykset voivat hillitä ilmastonmuutoksen vaikutuksia vähentämällä kasvihuonepäästöjä allokoimalla pääoma esimerkiksi puhtaisiin energianlähteisiin, kehittämällä uusia innovaatioita ja teknologioita ja vaikuttamalla julkisen vallan ilmastonmuutokseen liittyviin toimenpiteisiin.

Alueelliset säädökset näyttäisivät Weinhoferin ja Hoffmanin (2010) mukaan vaikuttavan yrityksen hillintätoimien valintaan oleellisesti. Mitä suurempi yritys ja mitä entuudestaan suuremmat päästöt, sitä monipuolisemmin yritys vaikuttaisi hyödyntävän hillintävaihtoehtoja (Weinhofer & Hoffman 2010). Hillinnän todellisia vaikutuksia päästövähennyksiin on kuitenkin haastavaa mitata. Ei ole itsestään selvää, johtuvatko päästövähennykset todellisuudessa hillintätoimenpiteistä vai ovatko ne seurausta muista liiketoimintarutiineista. (Pinkse & Kolk 2012.)

### 2.2.3 Proaktiivinen ja reaktiivinen ilmastonmuutosstrategia

Yritysten ilmastonmuutostointia määrittelevät ilmastonmuutosstrategiat. Strategiat jaetaan aiemman kirjallisuuden mukaan perinteisesti kahteen ääripäähän, reaktiivisiin ja proaktiivisiin strategioihin (González-Benito & González-Benito 2006).

Ilmastonmuutoksen hillintä tapahtuu aina ennaltaehkäisevästi eli proaktiivisesti, mutta siihen sopeutuminen voi olla joko reaktiivista tai proaktiivista (IPCC Fourth Assessment Report: Climate Change 2007). Reaktiivista strategiaa toteuttavat yritykset kieltävät vastuunsa, kun taas proaktiivisesti toimivat yritykset varautuvat muutoksiin jo ennalta. Ilmaston lämmetessä yhä useampi yritys on ottanut proaktiivisen strategian käyttöönsä. (Kolk & Pinkse 2004.) Kehittyvissä maissa reaktiiviset strategiat ovat kuitenkin edelleen proaktiivisia yleisempiä (Lee 2012).

Reaktiivisesti toimivien yritysten strategioissa korostuu jo syntyneisiin ongelmiin reagoiminen sattuneita vahinkoja korjaamalla tai niiden nykyhetken vaikutuksia hillitsemällä (Palmer ym. 2008). Reaktiivisuuden taustalla on tyypillisesti lyhyen aikavälin motiiveja ja käytäntöönpano painottuu välttämiseen tai vetäytymiseen, selviytymiseen, mukautumiseen, riskien jakamiseen ja resurssien ja tulojen turvaamiseen. Yhteistyö valtiollisten sidosryhmien kanssa on vähäistä. (Berrang-Ford ym. 2010.) Lecocqin ja Shalizin (2007) toteavat käytäntöjen muuttamisen ja päätösten tekemisen olevan usein helpompaa kriisin tapahtumisen jälkeen kuin sitä edeltävästi, mutta taloudellisesti proaktiivisen ennakkoinnin olevan reaktiivista reagointia kannattavampaa. Jotta ilmastonmuutoksen aiheuttamiin muutoksiin voitaisiin aidosti sopeutua, vaaditaan reaktiivisuuden sijaan proaktiivisempaa ennakkointia ja riskeihin valmistautumista (World Resources Institute 2018).

González-Beniton ja González-Beniton (2006) mukaan aiemmissa proaktiivisia ympäristöstrategioita käsittelevässä tutkimuksessa olennaisiksi nousee yhteensä kahdeksan tekijää. Yrityksen sisäisiä tekijöitä on viisi: yrityksen koko, kansainvälistymisen aste, paikka arvoketjussa, johtamisasenteet ja -motivaatiot sekä yrityksen strateginen asenne. Ulkoisista tekijöistä taas korostuvat teollisuudenala ja tuotantolaitosten maantieteellinen sijainti. Kaikista tärkeimmäksi tekijäksi nostetaan kuitenkin sidosryhmät. Tyypillinen proaktiivista strategiaa toteuttava yritys on suuri ja kansainvälinen lopputuotteiden valmistaja, jonka johtajat ovat tietoisia

ympäristöjohtamisen tärkeydestä ja sen tuottamista kilpailullisista hyödyistä. Niiden strategia ja tuotekehitys ovat innovatiivisia ja ne vaikuttavat toimialalla, jolla on suuri vaikutus ympäristöön. Tuotantolaitokset sijaitsevat usein luonnonpuistojen ja kaupunkien läheisyydessä maissa, joissa on tiukat ympäristöön liittyvät säädökset, jolloin niihin kohdistuva paine on myös suurempaa. (González-Benito & González-Benito 2006.)

Proaktiivisten yritykset toimenpiteet suuntautuvat pitkän aikavälin aktiviteetteihin, kuten ilmastomuutoksen oletettuihin vaikutuksiin valmistautumiseen, tarkkailuun, tietoisuuden levittämiseen, yhteistyön rakentamiseen ja tutkimukseen (Berrang-Ford ym. 2010). Sharman ja Vredenburgin (1998, 749) mukaan yritykset voivat proaktiivista ympäristöstrategiaa toteuttamalla saavuttaa kilpailullisia etuja. Nämä edut konkretisoituvat muun muassa prosessien ja tuotteiden matalampina kustannuksina, innovaatioina, parempana maineena ja kapasiteettina tehdä yhteistyötä useampien eri sidosryhmien kanssa (Sharma & Vredenburg 1998, 749). Etenkin monimutkaisessa liiketoimintaympäristössä toimiville yrityksille ympäristöön liittyvä proaktiivisuus tarjoaa etumatkaa muihin, samalla toimialalla toimiviin yrityksiin verrattuna (Aragón-Correa & Sharma 2003).

#### **2.2.4 Strategioiden sovelluksia**

Käytännössä reaktiivisen ja proaktiivisen sopeutumisen erottaminen toisistaan voi olla haastavaa (Füssel 2007) ja yritykset voidaan määritellä kuuluvaksi kahteen tai useampaan ryhmään jaottelun kriteereistä riippuen (Kolk & Mauser 2002). Proaktiivis-reaktiivisen mallin rinnalle onkin muodostettu myös muita näkökulmia hyödyntäviä malleja yritysten ilmastomuutosstrategioista.

Kolk ja Pinkse (2005) ovat esitelleet mallin, jonka mukaan yritykset jaetaan matriisiin kahden ominaisuuden perusteella (Taulukko 1). Matriisin horisontaalisella akselilla määritellään yrityksen päätavoite, joka on joko innovaatio tai kompensatio. Vertikaalisella akselilla yrityksiä määrittelevä ominaisuus on niiden yhteistyön aste, joka voi olla joko yrityksen sisäistä, vertikaalista (yhteistyö sidosryhmien kanssa) tai horisontaalista (yhteistyö myös muiden kuin omien sidosryhmien kanssa). Innovaatio edellyttää päästövähennyksiin pyrkiviä muutoksia ympäristöteknologioissa tai –

palveluissa ja se voi suuntautua tuotantoprosessiin (laatikko 1), tuotteeseen (laatikko 3) tai uusien tuotteiden tai markkinoiden etsimiseen (laatikko 6). Kompensaatio taas tarkoittaa päästövähennyspyrkimysten sijaan päästöjen kompensointia jossakin tuotanto- tai toimitusketjun vaiheessa. Käytännössä tämä tarkoittaa päästövähennysten siirtämistä yrityksen sisällä (laatikko 2), päästökompensointia muussa toimitusketjun vaiheessa (laatikko 4) tai päästöhyvitysten ansaitsemista joko päästökaupan tai -kompensaation avulla (laatikko 6). (Kolk & Pinkse 2005.)

Taulukko 1. Ilmastonmuutosstrategiat (Kolk & Pinkse 2005, 8).

		PÄÄTAVOITE	
YHTEISTYÖN ASTE		INNOVAATIO	KOMPENSAATIO
	SISÄINEN	Tuotantoprosessin kehittäminen (1)	Päästövähennysten sisäinen siirtäminen (2)
	VERTIKAALINEN	Tuotekehitys (3)	Toimitusketjuun suuntautuvat toimet (4)
	HORISONTAALINEN	Uudet tuotteet/markkinat (5)	Päästöhyvitykset (6)

Ilmastonmuutoksen hidastamiseksi toimivat yritykset eivät välttämättä kuulu vain yhteen strategiaan, vaan niiden toiminta on yhdistelmä matriisiin eri osioista. Yrityksen lopullisen strategian valintaan vaikuttaa Kolkin ja Pinksen mukaan erityisesti johtoryhmän näkökulma ilmastonmuutokseen joko uhkana tai mahdollisuutena. Uhkaorientoituneet johtajat kallistuvat helposti kompensatiostrategioihin, ja mahdollisuuksia painottavat johtajat suosivat innovaatioon perustuvia strategioita. (Kolk & Pinkse 2005.)

Slawinskin ja Bansalin (2012) mukaan aiempi ilmastonmuutosstrategiatutkimus ei ota tarpeeksi huomioon ajan merkitystä päätöksenteossa. Vaikka suurin osa ilmastonmuutoksen vaikutuksista konkretisoituu tulevaisuudessa, niiden hillinnän tulisi tapahtua välittömästi. Kirjallisuudessa usein käytetty jaottelu reaktiivisen ja proaktiivisen strategian välillä on heidän mukaansa liian tulkinnanvarainen. He ovat halunneet paikata aukon selvittämällä, miten organisaation aikaperspektiivi vaikuttaa sen ilmastonmuutoksen vastaisiin toimiin. Slawinski ja Bansal (2012) jakavat yritykset



niiden aikaperspektiivin perusteella kahteen kategoriaan: fokusoituun ja integroituun, joista molemmista voi löytää piirteitä sekä proaktiivisesta että reaktiivisesta toiminnasta (Slawinski & Bansal 2012.)

Fokusoidut yritykset keskittyvät sisäisiin toimenpiteisiin ja hyödyntävät välittömiä innovaatioon perustuvia teknologioita, joiden avulla kehittää energiatehokkuutta ja kilpailukykyä. Ilmastomuutoksen pysäyttämiseksi pyritään myös vähentämään päästöjä. Fokusoituja yrityksiä motivoi ilmastomuutoksen strategiset mahdollisuudet ja ne käsittelevät aikaa lineaarisena käsitteenä keskittyen nykyhetkeen. Tällaiset yritykset pyrkivät poistamaan pitkille aikaväleille ominaisia epävarmuuksia, ja niiden ratkaisut ovat yleensä kapea-alaisia mutta toisaalta ketteriä. Vastavuoroisesti integroidut yritykset hyödyntävät laaja-alaisia, sidosryhmiä hyödyntäviä aktiviteetteja ilmastomuutoksen hillitsemiseksi. Aikakäsitys on syklinen: mennyt, nykyinen ja tuleva ymmärretään toisiinsa vaikuttavana kokonaisuutena ja tulevaan pyritään vaikuttamaan sen sijaan, että se otettaisiin annettuna. Ratkaisut ovat monimutkaisia mutta hitaita. (Slawinski & Bansal 2012.)

Paulin ym. (2017) mukaan ilmastomuutosstrategioita ja niiden kategorisointia koskevasta kirjallisuudesta puuttuu monitasoisuutta hyödyntävä näkökulma, joka on välttämätön kompleksisten ongelmien, kuten liiketoimintastrategioiden ja ilmastomuutoksen välisen suhteen ratkaisemisessa. Paulin ym. (2017) muodostama monitasoisuutta hyödyntävä, aiemman kirjallisuuden perusteella muodostettu viitekehys sisältää viisi eri tasoa, joista kukin koostuu useammasta osatekijästä. Nämä viisi tasoa osatekijöineen ovat monikansallinen taso (geopoliittiset osatekijät; monikansalliset sidosryhmät), kansallinen taso (sosiokulttuuriset osatekijät; taloudelliset osatekijät; geofyysiset osatekijät; lait & säädökset; kansalliset sidosryhmät), alakohtainen taso (tuotteet, prosessit ja palvelut), organisaatiotaso (organisaatiokulttuuri, rakenne ja prosessit; resurssit ja kapasiteetti; organisatoriset sidosryhmät), yksilötaso (tausta ja koulutus; normit ja arvot). (Paul ym. 2017.)

### **2.2.5 Onnistumisen edellytykset**

Liiketoiminnan kannalta ilmastomuutos on sekä uhka että mahdollisuus, ja vain osa yrityksistä selviää muutoksesta voittajina (Hoffman 2005.) Mitä enemmän yrityksellä

on resursseja, sitä onnistuneemmin se yleensä kykenee ottamaan käyttöön edistyksellisiä ilmastonmuutosstrategioita (Lee 2011). Hoffmanin (2006) mukaan ilmastonmuutosstrategian onnistunut toteuttaminen koostuu kahdeksasta osiosta: (1) päästöjen ja ilmastonmuutokseen liittyvien riskien määrittelystä, (2) uhkien ja mahdollisuuksien mittaamisesta, (3) erilaisten toimintavaihtoehtojen arvioimisesta, (4) tavoitteiden asettamisesta, (5) taloudellisten mittareiden kehittämisestä, (6) koko organisaation osallistamisesta, (7) säädösstrategian muodostamisesta ja (8) ulkoisten suhteiden johtamisesta. Näistä osioista nousi esiin erityisesti neljä teemaa, jotka ovat oleellisia usean yrityksen onnistuneessa ilmastonmuutosstrategiassa: strateginen ajoitus, asianmukainen sitoutumisen taso, ulkoisiin säädöksiin vaikuttaminen ja liiketoimintamahdollisuuksien luominen. (Hoffman 2006.)

Okereke ym. (2012) taas toteavat toimivan ilmastonmuutosstrategian edellyttävän ensinnäkin johtajien aitoa sitoutumista ja henkilökohtaista tahtoa muutokseen. Toiseksi he määrittelevät ilmastonmuutoksen hillinnän ja siihen sopeutumisen vaativan teknisiä ja institutionaalisia kapasiteetteja, kuten korkean tason osaamista ja asiantuntemusta. Kolmanneksi, johdonmukainen sidosryhmien osallistaminen ja heidän kanssaan kommunikointi on äärimmäisen tärkeä onnistumisen taustatekijä. Neljänneksi Okereken ym. (2012) mukaan sekä yritysten että valtioiden tulisi olla halukkaita kokeilemaan uusia toimintamalleja ja oppia kokeilemalla. Viimeksi, niiden tulisi myös aiempaa määrätietoisemmin olla valmiita investoimaan tarvittaviin ilmastotoimiin rahallisesti. (Okereke ym. 2010.)

Boiralin ym. (2012) mukaan vaikuttaa siltä, että arvoperustainen motivaatio on avainasemassa yritysten ympäristövastuullisiin toimiin liittyvässä päätöksenteossa. Myös Ihlen (2009) korostaa arvojen merkitystä ilmastotoimien onnistumisprosessissa. Jotta ympäristötoimet eivät jäisi yrityksessä pelkästään puheen tasolle vaan ne varmasti myös toteutettaisiin, yritysten olisi tärkeää ymmärtää tekojen yhteiskunnallinen hyöty pelkästään voiton tavoittelemisen sijaan (Ihlen 2009).

Esimiehillä voi olla tärkeä rooli myös työntekijöiden motivaation herättämisessä ja konkretisoituneen toiminnan varmistamisessa: Robertsonin ja Barlingin (2013) mukaan johtajat vaikuttavat työntekijöihinsä epäsuorasti arvojaan jakaen, vakuuttamalla heidät aiemmin mahdottomilta tuntuneiden tavoitteiden saavuttamisen mahdollisuudesta,

rohkaisemalla heitä innovatiiviseen ajattelemiseen ja luomalla suhteen, jonka kautta he voivat vaikuttaa ympäristökäyttäytymiseen positiivisella tavalla. Useiden tutkimusten mukaan työntekijöiden ollessa tietoisia ympäristöongelmista ja ympäristöystävällisten käytäntöjen merkityksestä, he myös toteuttavat todennäköisemmin ympäristöä vaalivia käytäntöjä (Afsar ym. 2016). Ilmastomuutos vaikuttaa henkilökohtaisesti yritysten työntekijöihin, jonka takia hyvän tekeminen voi toimia loistavana motivaatiotekijänä ja sitouttajana ilmastomuutoksen vastaiseen työhön. Organisaatiotasolla ilmastomuutos tuleekin muuttamaan johtajien ja työntekijöiden välistä vuorovaikutusta, motivointia ja voimaannuttamista. (Howard-Grenville ym. 2014.)

Yritysten päätösten tulisi aina olla loogisesti ja strategisesti perusteltuja. On tärkeää ottaa huomioon myös ympäristöön liittyvät kustannukset ja riskit, joita tietyt tuotteet tai prosessit aiheuttavat ja pysyä tietoisena asiakkaiden mieltymyksistä, yhteisön huolenaiheista ja ajankohtaisista sääntelytrendeistä sekä siitä, mihin median huomio suuntautuu. Tällöin riskialttiit toimintamallit voidaan korvata turvallisemmilla menetelmillä. (Hoffman 2005.)

## **2.3 Onko tällä pelillä voittajaa?**

Liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välisen suhteen todellinen luonne on edelleen epäselvä. Vaikka mielipiteitä on monia, niin kutsuttu "win-win -logiikka" on alkanut hallita sekä ympäristöjohtamiseen, kestävään liiketoimintaan että yritysten ilmastomuutostoiimiin liittyviä keskusteluja (Heikkinen 2014, 48). Logiikan mukaan ympäristöön liittyvät arvot sekä taloudelliset tavoitteet ovat yhteneviä sen sijaan, että niiden välillä olisi ristiriita (Jones & Levy 2007, 4).

Win-win -logiikka tukee kestäväää ja ympäristöorientoitunutta johtamista (Heikkinen 2014, 48). Ilmastokeskusteluissa sitä hyödyntää laaja-alainen joukko nykyisiä ilmastokäytäntöjä tukevia toimijoita, kuten osa ympäristöorientoituneista yrityksistä, yritysysteistyötä tekevät ympäristöjärjestöistä sekä poliittisen vallan edustajista. Win-win -näkemystä perustellaan usein sen aikaansaamilla huomattavilla säästöillä. Esimerkiksi öljy-yhtiö BP ilmoitti vuonna 2003 säästäneensä 10 % päästövähennystensä myötä 600 miljoonaa dollaria (n. 500 miljoonaa euroa). (Jones & Levy 2007, 4.)

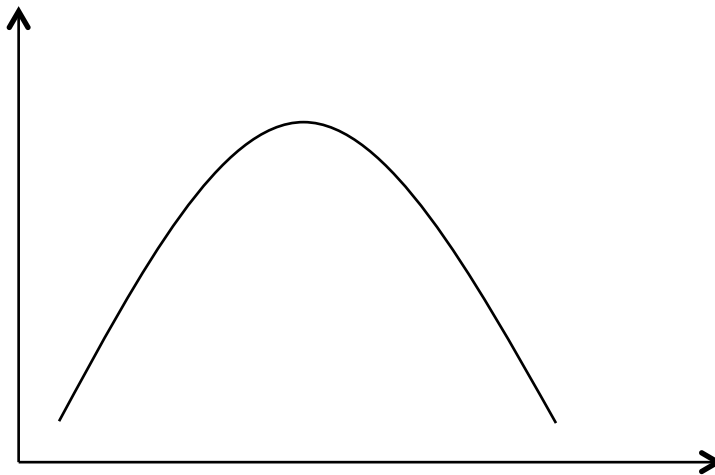
Suosituilla näkemyksellä on kuitenkin kriitikkonsa (Heikkinen 2014, 48). Hahnin ym. (2010, 390) mukaan taloudelliset, ympäristöön liittyvät sekä yhteiskunnalliset haasteet ovat niin monimutkaisia, ettei niiden ratkaisemiseksi vaadittavia liiketoimintamallien muutoksia voida toteuttaa hetkessä. Win-win -toimien esitetään tarjoavan ainoastaan vaillinaisia ratkaisuja helppoihin haasteisiin sen sijaan, että niiden avulla olisi mahdollista ratkaista monimutkaisia ongelmia (Heikkinen 2014, 49). Kallio ja Nordberg (2006, 452) toteavat, että liiketoiminnan ja ympäristön väliseen suhteeseen liittyvä keskustelu ei todellisuudessa ole kokonaisvaltaisesti muuttunut, vaan ympäristönäkökulma on edelleen aliedustettuna. Heidän mukaansa (2006, 451–452) win-win -keskustelun ydin on aidosti molemminpuolisen edun tutkiskelun sijaan kysymyksessä, voittaako liiketoiminta.

Vaikka ilmastonmuutos on saanut jatkuvasti enemmän huomiota, useat yritykset eivät ole edelleenkään tehneet tarvittavia toimenpiteitä kokonaispäästöjensä vähentämiseksi (Slawinski ym. 2017, 5). Bansalin (2005, 26) mukaan yritysten vastuullisuuteen ja kestävyYTEEN liittyvät yksittäiset toimet eivät välttämättä takaa sitä, että lopputulema olisi ympäristön kannalta positiivinen. Useiden ympäristöstrategioiden vaikutus ympäristöongelmiin on todellisuudessa vähäinen tai jopa olematon (Kallio & Nordberg 2006, 452). Esimerkiksi vuonna 2003 päästövähennyksiään mainostanut BP todettiin vuonna 2010 vastuuseen öljynporauslautan räjähdyksestä seuranneeseen Yhdysvaltojen kaikkien aikojen vakavimpaan öljyvuotoon Meksikonlahdella (ks. esim. YLE 2010). Osa yrityksistä on myös päättänyt täysin sivuuttaa ilmastonmuutoksen agendaltaan. Epätietoisuus ilmastonmuutoksen syistä ja seurauksista saattaa vaikuttaa päätökseen pysyä passiivisena. (Heikkinen 2014, 37–38.) Slawinskin ym. (2017) mukaan kaksi suurinta syytä ilmastopassiivisuudelle ovat lyhytkatseisuus sekä epävarmuuden välttäminen.

Sullivanin ym. (2008) mukaan yrityksiä vaikuttaisi päätöksenteossa motivoivan lopulta lähinnä taloudelliset hyödyt. Myös Elinkeinoelämän keskusliiton EK ry:n (2017) selvityksen mukaan suomalaiset yritykset tavoittelevat päästövähennyksiä, jos siitä seuraa taloudellista hyötyä. Yritysten julkilausumat ovat usein osa niiden suhde- ja markkinointitoimintaa, ja niiden tarkoituksena on pönkittää mielikuvaa vihreistä arvoista ja aktiivisista ilmastonmuutostoimista (Jones & Levy 2007, 4). Yrityksen

positiivista, ympäristöystävällisyyteen viittaavaa viestintää todellisen ympäristösuoriutumisen ollessa heikkoa kutsutaan viherpesuksi. Viherpesun tarkoituksena on johtaa asiakkaita harhaan joko yrityksen ympäristöön liittyviin käytäntöihin tai tuotteiden ja palveluiden ympäristöhyötyihin liittyen. Taustalla on nopeasti kasvavat vihreät markkinat, joista yritykset haluavat osansa. (Delmas & Burbano 2011, 65–66.)

Täysin vastakkainen näkemys win-win -logiikalle on näkökulma, joka olettaa talouden kasvavan eittämättä ympäristön ja ilmaston kustannuksella. Muun muassa Clarkin ja Yorkin (2005) mukaan kansantalouden kehitys tarkoittaa myös kokonaispäästöjen kasvua. Broome (2014, 273–274) taas toteaa talouskasvun tavoittelun tapahtuvan tyypillisesti niin, ettei sen vaikutuksia ympäristöön ja ilmastoon oteta huomioon. Ympäristöarvot nähdään usein yritysten ensisijaisiin taloudellisiin tavoitteisiin nähden toisarvoisina. Päästöjen ja jatkuvan talouskasvun välistä haastetta kuvaa Kuznetsin käyrä ympäristökontekstissa (Kuvio 5). Käyrä perustuu hypoteesiin, jossa talouskasvu lisää päästöjä kunnes bruttokansantuotteen kehitys henkilöä kohti saavuttaa tietyn raja-arvon. Tämän jälkeen ympäristösuoriutuminen paranee. (Broome 2014, 278).



Kuvio 5. Kuznetsin käyrä ympäristökontekstissa (Broome 2014, 278).

Muun muassa Hahn ym. (2010, 394) pohtivat, ovatko poliittinen sääntely ja säädellyt markkinat ainoa tapa muuttaa liiketoiminta vastaamaan yhteiskunnan todellisia tarpeita. Näkökulma saa tukea muilta tutkijoilta. Sullivanin ym. (2008) mukaan yritykset eivät

keskimäärin ennaltaehkäise ilmastonmuutosta vaan tekevät päätöksiä siinä vaiheessa, kun julkinen paine on liian kova ja sääntely muuttuu. Bansalin (2005, 31–32) mukaan taas ulkoinen sääntely on korvaamatonta tuotantoprosessien kestävyyskehittämiseksi ja kulutustottumusten muuttamiseksi johtamistieteiden epäonnistuessa kattavan ja aidosti kestävä teoreettisen mallin luomisessa.

Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen suhdetta käsittelevä keskustelu on näin ollen edelleen monitulkintaista eikä yksiselitteisiä vastauksia kysymyksiin ole. Selvää on kuitenkin se, että yhteisen tulevaisuutemme takaamiseksi jonkin on muututtava. Aiemmin esittelemäni monitasoisen viitekehyksen kehittäjän Paulin (2017) lisäksi useat muutkin tutkijat peräänkuuluttavat malleja, joissa suhteen monimutkaisuus otetaan aiempaa paremmin huomioon. Slawinskin ym. (2017, 33) mukaan yritysten tavoitellessa merkittäviä päästövähennyksiä tarvitaan ymmärrystä yritysjohtajien, organisaatiotason käytäntöjen sekä yritysten institutionaalisen toimintaympäristön keskinäisestä vuorovaikutuksesta. Heidän (2017, 33) mukaansa aikajänteen laajentaminen jokaisella kolmella tasolla sekä ilmastonmuutokseen liittyvän epävarmuuden kääntäminen positiiviseksi voimavaraksi ovat tekoja, jotka antavat toivoa ilmastonmuutoksen vastaisessa taistelussa. Hahn ym. (2010, 395) toivovat liiketoiminnalle täysin uudenlaista tulevaisuutta, jossa uudenlaiset näkökulmat muokkaavat liiketoiminnan nykyistä roolia aiempaa monipuolisempaan suuntaan tavalla, jossa ympäröiviin taloudellisiin, ympäristöön liittyviin sekä yhteiskunnallisiin haasteisiin on mahdollista vastata.

## 2.4 Synteesi

Ilmastonmuutos ja siitä seuranneet muutokset yhteiskunnassa asettavat yrityksille ennennäkemätöntä painetta muuttua. Näitä yhteiskunnan muutoksia kutsun tutkimuksessani liiketoiminnan uusiksi ajureiksi. Muuttuvat ilmasto-olosuhteet aiheuttavat ongelmia etenkin maa- ja metsätalous-, kalastus-, vesi-, terveydenhuolto-, vakuutus-, turismi- ja kiinteistösektoreilla, mutta myös muu liiketoiminta tulee tavalla tai toisella muuttumaan (Sullivan ym. 2009). Myös kansainvälinen ja kansallinen sääntely pakottaa yritykset muuttamaan toimintamallejaan sekä vähentämään päästöjään.

Ilmastonmuutoksen hillinnän kannalta tärkeässä, vuonna 2015 järjestetyssä Pariisin ilmastokokouksessa asetettiin maailmanlaajuisiksi tavoitteeksi kuluvana vuosisatana alle 1,5 asteen lämpötilan nousu (UNFCCC 2018). Pariisin ilmastositamus on oleellinen ohjenuora myös Suomen kansallisille ilmastotavoitteille (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016).

Myös yritysten sidosryhmien muuttuneet arvot vaikuttavat liiketoimintaan. Yritys ansaitsee selviytymisensä kannalta välttämätöntä legitimizeettiä, kun sen toiminta pysyy yleisesti määriteltyjen, yhteiskunnassa hyväksyttyjen rajojen sisällä (Ihlen 2009). Ilmastonmuutostoininnan kannalta yrityksen oleellisia sidosryhmiä ovat muun muassa ympäristöjärjestöt, kuluttajat sekä sijoittajat. Eri toimintaympäristöissä korostetaan erilaisia arvoja (Levy & Kolk 2002) ja sidosryhmien miellyttäminen voikin olla haastavaa. Suomessa ympäristöä arvostetaan ja ilmastonmuutosta tulkitaan uhkana (Heikkinen 2017) mutta luottamus liiketoiminnan ilmastotoimiin on laskenut tasaisesti (EVA 2018c).

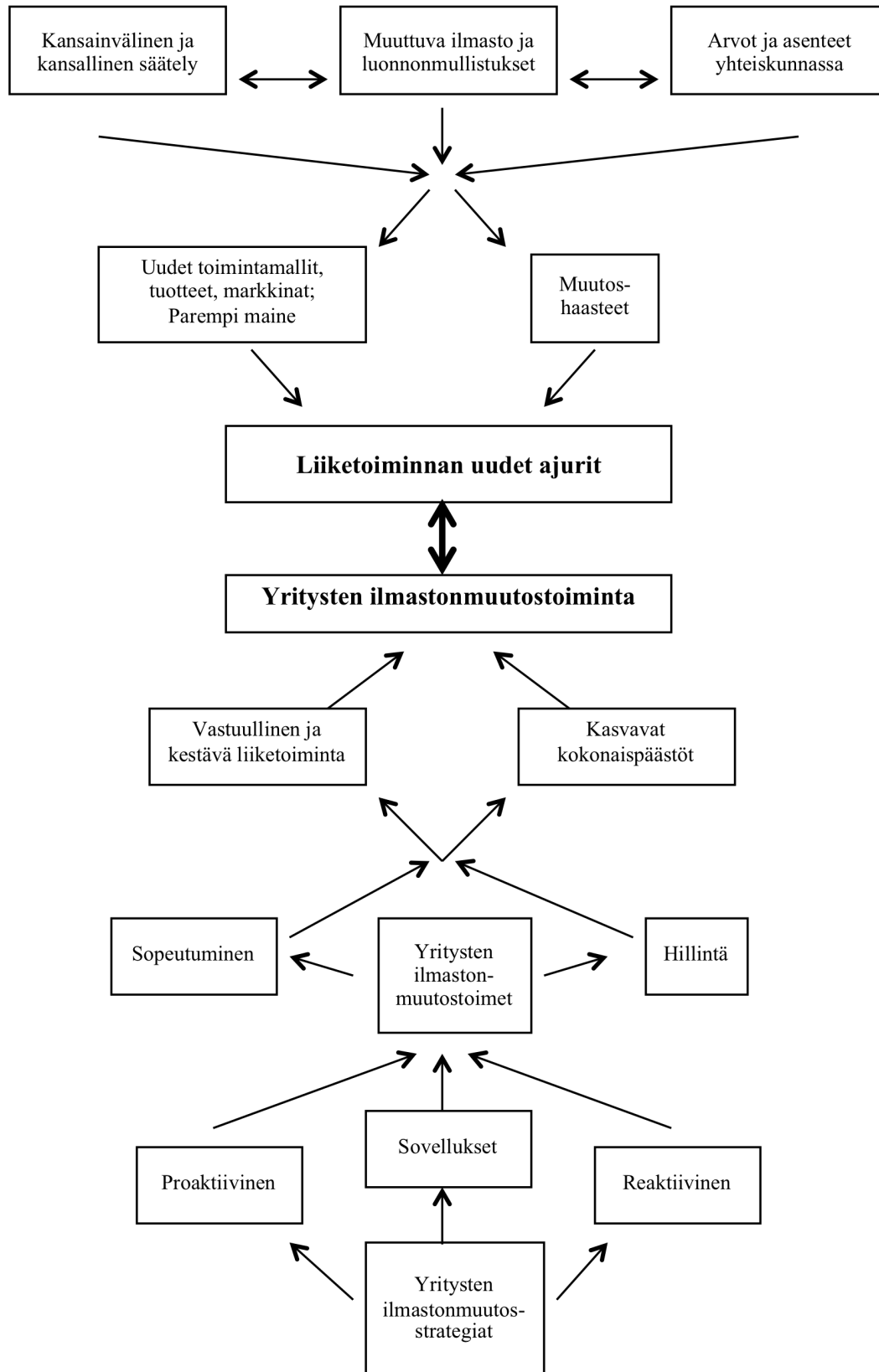
Uhan lisäksi muutoksista seuraa liiketoiminnalle myös uudenlaisia mahdollisuuksia esimerkiksi aiempaa taloudellisempien toimintamallien, uusien tuotteiden ja markkinoiden sekä parantuneen maineen kautta. Muun muassa Boiralin ym. tutkimuksen (2012) mukaan päästöjen vähentäminen korreloi positiivisesti yrityksen taloudellisen suoriutumisen kanssa. Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry:n (2018) mukaan ”cleantechin” eli ympäristöliiketoiminnan oletetaan jopa kaksinkolminkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä.

Taloudellisten intressien lisäksi liiketoimintaa motivoi eettiset periaatteet (Heikkinen 2014). Eettistä liiketoimintaa kuvaavia käsitteitä on käytössä satoja (Van Marrewijk 2003, 1). Kirjallisuudessa usein keskenään sekoittuvat kestävä kehitys ja vastuullinen liiketoiminta kuvaavat molemmat liiketoiminnan ja yhteiskunnan välistä suhdetta (Bansal & Song 2017). Käsitteiden välinen ero on kirjallisuudessa epäselvä, mutta esimerkiksi Bansalin (2005) mukaan vastuullinen liiketoiminta voidaan määritellä yhteiskunnan huomioonottavana johtamisperiaatteena, kun taas kestävä kehitys liiketoiminnassa tarkoittaa sekä taloudellisen, sosiaalisen että ekologisen näkökulman huomioimista kaikissa liiketoiminnan osa-alueissa.

Liiketoiminnan uusien ajureiden aiheuttamia toimia yrityksissä kutsun tutkimuksessani yritysten ilmastonmuutostoinnaksi. Ilmastonmuutostointia voidaan jakaa yrityksen ilmastonmuutostointiin sekä -strategioihin. Ilmastonmuutostointit jaotellaan perinteisesti ilmastonmuutokseen sopeutumiseen ja ilmastonmuutoksen hillintään. Sopeutumisen vaikutuksen ovat lokaaleja, kun taas ilmastonmuutoksen hillintä tapahtuu globaalisti (Pinkse & Kolk 2012). Toimien taustalla vaikuttavat yritysten ilmastonmuutosstrategiat, jotka jaetaan kirjallisuudessa karkeasti kahteen ääripäähän, ennaltaehkäiseviin proaktiivisiin ja vastuunsa kieltäviin reaktiivisiin strategioihin (Kolk & Pinkse 2004). Ääripäiden mustavalkoisuuden vuoksi yritysten ilmastonmuutosstrategioita kuvaavia malleja on muodostettu myös muita jaotteluperiaatteita soveltaen. Ilmastonmuutostoinnassa onnistuminen ei ole yrityksille itsestään selvää, ja vain osa niistä tulee selviämään murroksesta voittajina (Hoffman 2005).

Yritysten ilmastonmuutostoinnin ja liiketoiminnan välinen suhde on vastavuoroinen, eli siinä missä ilmaston ja yhteiskunnan muutokset asettavat yrityksille tietynlaiset raamit toimia, vaikuttavat myös yritysten ilmastonmuutostointia ilmastoon ja ympäröivään yhteiskuntaan. Teoriaosiosta muodostettu synteesi esitetään Kuviossa 6.





Kuvio 6. Teoriaosion synteesi.

Vaikka yhä suurempi huomio suuntautuu yritysten positiivisiin ilmastovaikutuksiin, vaikuttavat yritykset ilmastoon myös negatiivisesti päästöjensä myötä. Tästä näkökulmasta tulkittuna liiketoiminnan kokema ulkoinen paine on ilmastomuutoksen hillinnän kannalta välttämätöntä. Keskustelua on kuitenkin alkanut hallita niin kutsuttu ”win-win -logiikka” (Heikkinen 2014), jonka perusteella ympäristöön liittyvien ja taloudellisten tavoitteiden välillä ei ole ristiriitaa (Jones & Levy 2007, 4). Näkemyksellä on kuitenkin kriittikkonsa (Heikkinen 2014, 49). Muun muassa Kallion ja Nordbergin (2006, 452) mukaan ympäristönäkökulma on todellisuudessa edelleen aliedustettuna. Aidosti kestävä talouskasvu ja liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välisen win-win -suhteen mahdollisuus on siis edelleen epäselvä. Useat tutkijat ovat sitä mieltä, että aiempaa monitahoisempi lähestymistapa liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen väliseen suhteeseen on laajemman ymmärryksen ja vaikuttavien toimien kannalta tarpeellista (ks. esim. Paul 2017; Slawinski ym. 2017; Hahn ym. 2010).

## 3 METODOLOGIA

### 3.1 Laadullinen tutkimus

Tämä tutkimus on luonteeltaan laadullinen. Laadullinen tutkimus keskittyy merkityksiin (Ronkainen ym. 2011) ja tiedonhankinta on luonteeltaan kokonaisvaltaista (Hirsjärvi ym. 2009). Tutkimukseni tarkoituksena on kasvattaa ymmärrystä liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen kehyksistä kotimaisessa uutismediassa. Aineisto kerätään todellisissa, luonnollisissa tilanteissa (Hirsjärvi ym. 2009) subjektiivisuus ja kokemukset huomioon ottaen (Ronkainen ym. 2011). Laadulliseen tutkimusmenetelmään sisältyy ajatus siitä, että todellisuus on moninainen (Hirsjärvi ym. 2007, 157). Tulkitsen tutkimuksessani uutisia siitä lähtökohdasta, että todellisuus rakentuu kirjoittajien lähtökohtien sekä lukijoiden henkilökohtaisten tulkintojen yhteispelinä, joista minä muodostan oman käsitykseni tutkijana.

Päädyin tutkimuksessani laadulliseen tutkimusmenetelmään, sillä eksaktien syy-seuraussuhteiden sijaan tutkin uutismediassa esiintyviä liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen väliseen suhteeseen liittyviä tulkintoja ja merkityksiä. Laadullisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä on paljastaa ennalta-arvaamattomia seikkoja ja tämän takia aineistoa tarkastellaan yksityiskohtaisesti ja monitahoisesti (Hirsjärvi ym. 2009).

Tieteelliseen tarkoitukseen hyödynnettävät tekstimuotoiset materiaalit jaetaan ensisijaisiin ja toissijaisiin materiaaleihin, joista ensisijaisilla tarkoitetaan tutkimusta varten kerättyä materiaalia (esim. haastattelut ja tarinat) ja toissijaisilla jo olemassa olevia tekstejä (esim. vuosiraportit ja mediatekstit) (Eriksson ja Kovalainen 2008). Hyödynnän tutkimuksessani toissijaisiin materiaaleihin lukeutuvia mediatekstejä, jotka tarjoavat loistavia mahdollisuuksia laadullisen tutkimuksen toteuttamiseen (Eriksson & Kovalainen 2008). Laadullinen tutkimusmenetelmä sisältää laajan joukon mitä moninaisempia tutkimustyypppejä, eikä näin ollen ole ainoastaan yhdenlaista, oikeaa tapaa toteuttaa sitä (Hirsjärvi ym. 2007, 158). Tulkitsen mediatekstejä tutkimuksessani kehysanalyysin keinoin.

## 3.2 Mediatekstit tutkimuskohteena

### 3.2.1 Media mielipiteiden muovaajana

Yksi demokratian perusedellytyksistä on joukkoviestimissä mahdollistuva monipuolinen ja avoin keskustelu. Joukkoviestimet toimivat julkisena areenana yhteiskunnallisen ongelman määrittelyyn ja julkiseen keskusteluun osallistuville toimijoille. Medialla on suuri vaikutus siihen, mitkä aiheet nousevat julkisuudessa esiin ja ketkä ovat toimijoita, joihin ongelmanratkaisussa luotetaan. Kilpailua käydään siitä, ketkä määrittelevät ongelmia luotettavasti ja tuottavat totuudenmukaista tietoa. (Väliaverronen 1996, 89.)

Median kokonaisuuden lisäksi myös yksittäisiä uutisia voidaan tulkita sosiaalisen todellisuuden määrittelyn ja tulkinnan kenttänä (Väliaverronen 1996, 90). Toimittajilla on omat ammattiin, henkilökohtaiseen historiaan, kulttuuriin ja yhteiskunnalliseen tilanteeseen liittyvät tulkintansa, jotka muokkautuvat erilaisten lähteiden ja instituutioiden tuottamien tulkintojen ristipaineessa (Horsti 2005, 52). Journalismin tutkimuksessa korostetaan usein tapahtumakeskeisyyttä, jolloin medialle ominainen jatkuvuus jää helposti huomioimatta (Väliaverronen 1996, 91). Näennäisesti irralliset uutiset ovat toisesta näkökulmasta kuitenkin osa laajempaa ilmiötä (Väliaverronen 1996, 91) ja tekstien uskotaan olevan yhteydessä toisiinsa (Eriksson & Kovalainen 2008).

Journalistit ja media eivät tuota todellisuutta yksin, vaan myös lukijat tekevät omat päätelmänsä teksteistä omista lähtökohdistaan. Tulkitessaan mediaviestejä lukijat etsivät jatkuvasti omia mielipiteitään tukevia näkökulmia ja vastavuoroisesti jättävät huomiotta vastakkaisia näkemyksiä, ja näin ollen viestien tulkinta on aina subjektiivinen kokemus (Kahan ym. 2007). Tammikuussa 2018 julkaistun, 28 valtiota kattavan Edelmanin Luottamusbarometrin mukaan lukijoiden luottamus mediaan on laskenut historiallisen matalalle tasolle. Maailmanlaajuisesti melkein seitsemän kymmenestä vastaajasta on huolestunut valeuutisten käytöstä aseena ja 59% mukaan on jatkuvasti haastavampaa tulkita medialähteen luotettavuutta. Luottamus etenkin vertaisviestintään on heikentynyt. Paradoksaalisesti luottamus journalisteihin, yritysjohtajiin, teknisiin asiantuntijoihin, talousanalyytikoihin sekä menestyneisiin yrittäjiin on samanaikaisesti kuitenkin kasvanut. (Edelmanin Luottamusbarometri 2018.)

Median vaikutus ulottuu lähes kaikkiin ihmisiin yhteiskunnassamme (Van Dijk 2000, 36). Median tapa viestiä vaikuttaa yleisiin asenteisiin, mielipiteiden muodostumiseen sekä käytösmalleihin. Sen tavassa viestiä on havaittu kaksi vahvaa, käytösmalleihin vaikuttavaa taipumusta. Ensimmäinen on journalistien tavoitteleva tasapaino, joka näkyy tavassa esittää vaihtoehtoisia ja skeptisiä todellisuuksia valtamedian näkemysten vastapainoksi. Tutkimusten mukaan useat lukijat rinnastavat vaihtoehtoiset ja pienemmät mediat valtamedioihin, ja todellisuudet voivat sekoittua tai muuttua ristiriitaisiksi. Toinen käytösmalleihin vaikuttava taipumus on tiheys, jolla aiheesta kirjoitetaan. Alhainen medianäkyvyys vaikuttaa siihen, kuinka tärkeänä kyseinen aihe koetaan. (Happer ym. 2016.)

### **3.2.2 Media ja ilmastonmuutos**

Median vaikutuksen ulottuessa laajalle, on sillä tärkeä rooli myös ympäristöön liittyvien normien muokkaamisessa. Medialla on valta päättää minkälaisia tarinoita aiheesta kirjoitetaan ja mistä näkökulmasta niitä tarkastellaan. Aiempien tutkimusten mukaan media vaikuttaa erityisen paljon yritysten omiin ympäristötoimintoihin. Medianäkyvyys kasvattaa yrityksen tunnettuutta ja lisää siihen kohdistunutta huomiota. Negatiivisen medianäkyvyyden pelko vaikuttaa yritysten ympäristökäyttäytymiseen positiivisesti. Negatiivinen medianäkyvyys saattaa myös saada myös muut sidosryhmät liikkeelle lobbaamaan uusien lainsäädäntöjen puolesta tai vaikuttamaan suoraan yritysten toimintamalleihin. (Bansal 2005, 203.) Bansalin (2005, 212) mukaan median asettama paine kuitenkin laskee ajan kuluessa.

Monet muodostavat käsityksensä ilmastonmuutoksesta median antaman kuvan perusteella (Schäfer & Schlichting 2014, 153). Muiden alustojen tavoin mediassa esitetään puhtaiden faktojen sijaan totuusväittämiä (Carvalho 2007, 225). Carvalhon (2007, 223) mukaan mediassa esitettävät tieteelliset faktat ilmastonmuutoksesta sotkeutuvat ideologisiin aatteisiin. Hänen (2007, 237) mukaansa ideologia vaikuttaa ensinnäkin siihen, miten faktoja tulkitaan ja mitä pidetään totuutena. Toisekseen se vaikuttaa siihen, ketä toimijoita uutisiin valitaan ja ketkä pääsevät ääneen. Carvalhon ja Burgessin (2005, 1458) mukaan poliittisilla toimijoilla on mediassa eniten ääntä ja tätä myöten suurin valta määritellä ilmastonmuutoksen ympärillä käytävää julkista keskustelua. Kolmanneksi Carvalho (2005, 237) toteaa ideologian vaikuttavan

tavoitteisiin, joilla uutisoiduilla toimilla pyritään. Näkökulmasta riippuen toimien oletetaan joko vahvistavan nykytilannetta tai haastavan sitä (Carvalho 2007, 237).

Schäferin ja Schlichtingin (2014, 153) mukaan ilmastonmuutoksen näkyvyys mediassa on lisääntynyt huomattavasti. Toisaalta Happerin ym. (2016) hieman tuoreemman tutkimuksen mukaan vuodesta 2010 ilmastonmuutoksen näkyvyys mediassa on laskenut. Hänen (2016) mukaansa median antama monisyinen kuva ilmastonmuutoksesta sekä ilmastonmuutoksen laskenut medianäkyvyys vaikuttavat negatiivisesti lukijoiden vastuulliseen ja ympäristöystävälliseen käyttäytymiseen. Schäfer ja Schlichting (2004, 153) sen sijaan toteavat myös medianäkyvyyden lisäksi myös teemaan liittyvien tutkimusten lisääntyneen kaikissa maanosissa. Heidän (s. 153) mukaansa eurooppalainen media on tutkimuksissa ylliedustettuina. Tutkimusalustoista suosituin on printtimedia ja etenkin kansallinen laatujournalismi (Schäfer & Schlichting 2004, 155).

Boiralin ym. (2012, 497) mukaan yhä suurempi osa ilmastonmuutosta, sen seurauksia ja hiilijalanjäljen pienentämiseen vaadittavia toimia käsittelevästä uutisoinnista mediassa keskittyy yritysten vastuuseen ja niiden hyödyntämiin ilmastonmuutosstrategioihin. Tutkimusta liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta mediassa ei kuitenkaan ole tehty oman havaintoni mukaan nimeksikään. Carvalho ja Burgess (2005) kuitenkin sivuavat teemaa omassa tutkimuksessaan, jossa käsitellään ilmastonmuutoksen roolia mediassa. He toteavat Iso-Britannian uutismediaan syventyvässä mediakatsauksessaan näkökulman, jonka perusteella talouskasvun ja ilmaston välisessä suhteessa ei ole ristiriitoja, olleen vallitseva aina 1990-luvun alkupuolelle saakka. Tällöin vakuutusala toi julkisesti esiin liiketoiminnallisten intressien ja ilmastonmuutoksen välisen ristiriidan, jonka seurauksena ilmastonmuutoksen aiheuttamia taloudellisia menetyksiä opittiin ymmärtämään aiempaa paremmin. 1990-luvun loppupuolella ymmärrys ilmastonmuutoksen monimutkaisesti luonteesta oli kehittynyt aiemmasta. Tällöin kestävä kehitys ja win-win -logiikka alkoivat saada palstatilaa, mutta vastapainona paheksuttiin valtioiden riittämättömiä toimia ilmastonmuutoksen hidastamiseksi. 2000-luvun tienoilla ilmastonmuutoksen aiheuttamista sääilmiöistä ja luonnonkatastrofeista alettiin tiedottaa aiempaa korostuneemmin, ja ilmastonmuutokselle etsittiin uudenlaisia ratkaisuja esimerkiksi uudenlaisesta teknologiasta. (Carvalho & Burgess 2005, 1462–1467.)

### 3.2.3 Media ja kehykset

Tutkimusmenetelmä kehysanalyysi tarjoaa teoreettisen, metodologisen ja kriittisen työkalun merkitysten ymmärtämiseen ja se soveltuu hyvin uutismedian viestien tulkitsemiseen (Allen 2017). Kehysanalyysi juontuu kehyksen käsitteestä, jonka sosiologi Erwin Goffman esitti teoksessaan *Frame Analysis* (1974). Goffman (1974, 21) määrittelee kehykset tulkintoina, jotka auttavat yksilöitä paikantamaan, hahmottamaan, tunnistamaan ja nimeämään ympäröivää maailmaa ja sen tapahtumia (ks. Snow ym., 1986, 464). Kehykset järjestävät kokemukset ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi ja ohjaavat joko yksilö- tai ryhmätason toimintaan luoden tapahtumista merkityksellisiä (Snow ym. 1986, 464). Kokonaisuuksien hahmottaminen helpottavat asioiden mieleen painamista (Allen 2017).

Mediatutkimuksessa kehysanalyysiä hyödynnetään systemaattisten ja yleistettävissä olevien, julkisen vallan, median ja kansan välistä suhdetta kuvaavien periaatteiden tunnistamiseen. Kehysanalyysin avulla pyritään identifioimaan systemaattisia ja yleistettävissä olevia kehyksiä, joita viestinnässä hyödynnetään. Tiedotusvälineissä kehykset pyrkivät täyttämään yleisön odotukset ja viestimään tapahtumista niin, että ne ovat yhteneväisiä lukijoiden kognitiivisten skeemojen kanssa. Niitä ei kuitenkaan valuteta ylhäältä alas, vaan ne ovat dynaamisia ja niiden täytyy olla linjassa jo olemassa olevien kulttuuristen narratiivien, symbolien ja normien kanssa. (Allen 2017.)

Mediakehykset järjestävät maailmaa ja sen tapahtumia sekä niitä tuottaville journalistille että uutisten lukijoille (Gitlin 2003, 9).

Entmanin (1993, 52) mukaan kehykset määrittelevät ongelmia ja niiden syitä, tekevät moraalisia päätelmiä syiden taustalla olevista tekijöistä ja esittävät ratkaisuja määriteltäviin ongelmiin. Medialla on mahdollisuus määritellä, ketkä julkiseen keskusteluun osallistuvista osapuolista pääsevät ääneen ja missä roolissa. Kielelliset keinot ovat tapa esittää osapuolet luotettavina tai kiistanalaisina: jotkut sanovat, toiset väittävät. Journalistit kirjoittavat uutisia ja tuottavat tätä kautta todellisuutta tiettyjen sääntöjen, konventioiden ja käytäntöjen pohjalta. (Väliaverron 1996.)

Huomionarvoista on se, miten toimittajat rutiininomaisesti kehystävät samanlaisia tapahtumia ja teemoja samalla tavalla (Horsti 2005, 52). Yleinen mielipide vaikuttaa journalistien joskus myös virheellisiin uskomuksiin siitä, mitä he uskovat lukijoiden

ajattelevan ja miten he tästä seuraten kehystävät tapahtumia (Gamson & Modigliani 1989, 9).

### **3.3 Aineisto ja analyysi**

#### **3.3.1 Mediatekstien kerääminen**

Olen koonnut tutkimuksen aineiston tarkoitukseni luoda monipuolinen kuva siitä, miten liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta tulkitaan kotimaisessa uutismediassa. Olen koostanut tutkimuksen aineiston Helsingin Sanomien ja Kauppalehden ilmastonmuutoksen ja liiketoiminnan välistä suhdetta käsittelevistä uutisista aikaväliltä 1.1.2017–31.12.2017. Hyödynnän tutkimuksessani varsinaisten uutisten lisäksi myös pääkirjoituksia ja mielipidetekstejä muodostaakseni laajemman näkökulman aiheeseen. Koska aikajänne on lyhyt, tarkoituksena ei ole tutkia keskustelun muutosta ajassa vaan tarkastella ajankohtaista yhteiskunnallista keskustelua.

Valitsin Helsingin Sanomat päälähteekseni, koska se on Suomen valtalehti. Mahdollisen vertailuasetelman luomiseksi valitsin Helsingin Sanomien rinnalle yritysmaailman uutisiin keskittyvän Kauppalehden. Uutisten rajaamisen lähtökohtaisena perusteena oli, että uutisessa käsitellään liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen suhdetta ja että sana "ilmasto" on mainittu. Jotta aineisto ei olisi paisunut liian suureksi, osa aiheeseen kuuluvista uutisista jäi näin ollen rajauksen ulkopuolelle. Helsingin Sanomien arkistossa hakutulos oli liian laaja, jonka takia rajasin tuloksia sillä periaatteella, että sana "ilmastonmuutos" mainitaan. Suodatin lopulta tuloksia hakusanalla "ilmastonmuut" sen varmistamiseksi, että hakukone sisällyttää tuloksiin myös sanan mahdolliset taivutusmuodot.

Helsingin Sanomista löytyvistä sadoista artikkeleista karsin 190 artikkelin alustavan uutisaineiston. Aineiston joukossa oli tässä vaiheessa sekä yksittäisiä yrityksiä että teollisuudenaloja koskevia uutisia. Koska aineisto oli tässä vaiheessa vielä liian suuri, päätin karsia uutisia sillä periaatteella, että jokaiselta kuulta lopulliseen aineistoon



päätyy viisi artikkelia. Valinnat tein sillä perusteella, että sisälsin mukaan oman tulkintani mukaan teeman kannalta oleellisimpia artikkeleja, jotka antavat mielestäni tarpeeksi monipuolisen kuvan aineistosta. Laadulliseen tutkimusmenetelmälle tyypillinen piirre on kohdejoukon valinta tarkoituksenmukaisesti satunnaisotoksen menetelmän käyttämisen sijaan (Hirsjärvi 2007, 160). Helsingin Sanomista kerätty lopullinen aineiston määrä on näin ollen 60 artikkelia.

Kauppalehdessä hakutuloksia oli sen sijaan yhteensä 86. Näistä päätin ottaa mukaan joka kuulta 1-3 artikkelia, ja tällä periaatteella artikkeleita kertyi yhteensä 24 kappaletta. Karsimisperiaatteena käytin samaa metodologia, kuin Helsingin Sanomien kohdalla: kävin siis uutiset läpi yksitellen valikoiden mukaan omasta mielestäni oleellisimmat ja teemaa monipuolisesti lähestyvät uutiset. Lopullinen kokonaisuaineisto koostuu näin ollen yhteensä 84:sta artikkelista, jotka esitellään tutkimuksen lopussa Liitteessä 1.

### **3.3.2 Kehysanalyysi tässä tutkimuksessa**

Kehysanalyysi on muodostettu tutkimusmenetelmäksi sosiaali- ja hallintotieteisiin, muuta sitä voi hyödyntää myös johtamistutkimuksessa (Creed ym. 2002, 35). Creedin ym. (2002, 35) mukaan sen avulla voidaan kasvattaa ymmärrystä yhteiskunnallisten tapahtumien vaikutuksesta yrityksiin sekä hahmottaa paremmin niiden toimintaympäristöä erilaisine toimijoineen.

Kehyksillä voidaan viitata sekä prosessiin että lopputulokseen (Reese 2001,1). Tutkimuksessani hyödynnän kehysanalyysiä tunnistaakseni uutismedian tulkintoja liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta, joten kehykset ovat tässä tapauksessa sekä tutkimusväline että tutkimuksen lopputulos. Tekstejä voidaan tulkita joko todellisuuden kuvauksina tai kuten tässä tutkimuksessa, poststrukturalistisesta näkökulmasta. Poststrukturalistinen näkökulma ei pidä tekstejä todellista maailmaa sellaisenaan heijastavina, vaan olettaa niiden olevan avoimia erilaisille tulkinnoille, joita lukijat väistämättä muodostavat. (Eriksson & Kovalainen 2008.)

Kehystämisestä ei ole olemassa yleispätevää ohjetta, joka yksityiskohtaisesti havainnollistaisi niiden ilmenemisen tekstissä (Entman 1993, 51). Goffmanin kehysteoriaa voidaankin teoreettisena ja menetelmällisenä viitekehyksenä tulkita

moninaisesti. Tutkijalla on vaihtoehtona joko rakentaa oma tulkintansa kehyksistä tutkittavien tekstien kriittisen analysoinnin avulla tai hyödyntää jotakin aikaisempaa, päteväksi arvioimaansa tulkintaa. (Puroila 2002.) Tässä tutkimuksessa olen rakentanut oman tulkintani kehyksistä pohjautuen aineiston huolelliseen analysointiin, aiempiin teorioihin sekä tutkimuskysymyksiini.

Horstin (2005, 51) mukaan yhtenä kehysanalyysin perustavanlaatuisena haasteena on tulkinnanvaraisuus siitä, onko tunnistettu kehys todella kehys vai kenties teema. Tässä tutkimuksessa olen ratkaissut teemojen ja kehysten välisten erottamisen ongelman niin, että olen luokitellut teemoiksi erilaiset uutisaiheet, joita aineistossa esiintyy. Kehyksiksi taas luokittelen ilmiöt, jotka vastaavat suoraan kysymykseen siitä, miten liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta tulkitaan.

Oman tulkintani taustalla olen mukaillen käyttänyt mm. Gamsonin ja Modiglianin (1989, 3) tutkimuksessaan hyödyntämää, alun perin Gamsonin ja Laschin (1983) esittelemää kehysmatriisia. Matriisiin mukaan kehystämisen keinoja ovat metaforat, esimerkit, iskulauseet, kuvailut sekä visuaaliset kuvat ja perustelun keinot tapahtuman syyt, seuraukset sekä moraaliset väittämät. Väliwerrosen (1996, 111) mukaan Gamson ym., (1992, 385) määrittelevät kehyksiä olevan kolmen tasoisia: yksittäisen tapahtuman kehykset, yksittäisen aihepiirin tai ongelman kehykset sekä laajemmat kulttuuriset kehykset. Tässä tutkimuksessa pyrin tunnistamaan yksittäisen aihepiirin, liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen, kehyksiä.

Kehysanalyysin soveltaminen on vahvasti sidoksissa tutkimuskysymyksiin, aineistoon ja tutkimusasetelmaan (Horsti 2005, 52). Aineiston huolellisesta läpikäynnistä jo aineistoa kerätessä oli minulle huomattavaa hyötyä alkaessani muodostaa kehyksiä. Koska olin lukenut valitut uutiset läpi kahteen otteeseen, oli minulla jo kuva siitä, millaisia teemoja uutisissa toistuu. Aineiston aiempaan läpikäyntiin ja tutkimuksen tavoitteeseen perustuen muodostin tässä vaiheessa taulukon uutisissa esiintyvistä alustavista kehyksistä, joita oli tässä vaiheessa viisi. Tämän jälkeen aloitin uutisten kolmannen läpiluvun kirjatun ylös uutisten teemat sekä toimijat ja vertailin tuloksia alustaviin kehyksiin, joita myös lukukerran jäljiltä muokkasin uutisissa nousseihin teemoihin paremmin sopivaksi. Neljännellä lukukerralla aloin jakaa uutisia kehyksiin ja kerätä Gamsonin ja Modiglianin (1989) matriisiin mukaisia kehystämisen ja perustelun

keinoja havaintojeni tueksi. Syvensin omaa näkemystäni kehyksistä ja keräsin lisähavaintoja kehystämisen sekä perustelun keinoista viidennellä lukukerralla. Prosessin aikana kehysten lukumäärä lisääntyi ensin yhdellä, väheni sitten kahdella, kunnes päädyin lopullisiin kehyksiin. Luin uutiset läpi vielä kuudennen ja viimeisen kerran ja varmistin näin valintojeni kelpoisuuden.

### **3.4 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi**

Yleisen ymmärryksen ohella laadukasta tutkimusta suunniteltaessa vaaditaan tietoa myös tutkimustapojen kriittisistä pisteistä (Ronkainen 2011). Tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa hyödynnetään pätevyyden ja luotettavuuden käsitteitä. Ollakseen pätevä tutkimus mittaa juuri sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata. Luotettava tutkimus on toistettavissa ja saavutetut tulokset ovat muuttumattomia tutkimuskerrasta riippumatta. (Hirsjärvi ym. 2007).

Laadullisen tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta on määrällistä tutkimusta haastavampi mitata, sillä tutkimuksessa keskitytään mittaamisen sijasta kuvaamiseen. Laadullinen tutkimus on joustava tutkimuskäytäntö, ja tutkimusongelmat on usein aseteltu väljästi. Laadullisuus lähestyy tutkimusta prosessinäkökulmasta, ja analyysimenetelmät eivät ole yhtä tarkkavaiheisia kuin tilastomatematisessa kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Ronkainen ym., 2011.) Tulokset ovatkin aina ainutlaatuisia eivätkä välttämättä toistettavissa. (Hirsjärvi ym. 2007, 227). Laadullisen tutkimuksen avulla voidaan kuitenkin määrällistä tutkimusta luotettavammin kuvata merkityksiä, joihin oma tutkimuksenikin perustuu.

Tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta tulisi kuitenkin pystyä jollakin tavalla arviomaan. Laadullisissa tutkimuksissa oleellista onkin tarkka kuvaus siitä, miten tutkimus on tehty ja miten saatuihin tuloksiin on päädytty. Mahdollisimman tarkka kuvaus tutkimusprosessin eri vaiheista lisää tutkimuksen luotettavuutta. Myös itsearviointi on tärkeää. (Hirsjärvi ym. 2007, 227.) Tämän takia olenkin kuvannut tutkimusprosessin eri vaiheet mahdollisimman tarkasti tuoden mahdolliset vääristymät ja tutkimuksen akilleenkantapäät myös lukijan tietoisuuteen. Olen myös kirjallisuuskatsauksessa pyrkinyt muodostamaan aiheesta mahdollisimman

monipuolisen teoriakattauksen. Tätä myötä olen laajentanut myös omaa ymmärrystäni aiheesta ja parantanut näin ollen lähtökohtia luotettavaan tutkimukseen.

Sekä määrällisen että laadullisen tutkimuksen pätevyyttä on mahdollista tarkentaa hyödyntämällä tutkimuksessa useita menetelmiä. Vaikka oman tutkimukseni metodologinen lähtökohta onkin kehysanalyysi, olen sitä tukevana keinona hyödyntänyt laadullista tutkimusotetta myös teemojen ja toimijoiden määrittelyssä. Useiden menetelmien hyödyntämiseen liittyy myös ilmiön lähestyminen useiden eri teorioiden näkökulmasta, kuten olen tässä tutkimuksessa tehnyt.

Valinnat rakentuvat tulkintoihin, joiden avulla perustellaan jälleen seuraava tulkinta. (Ronkainen ym., 2011) Tutkimus onkin aina tutkijan oma tulkinta aiheesta (Hirsjärvi ym. 2007, 224). Tutkielmassani olen pyrkinyt tulkitsemaan aineistoa mahdollisimman luotettavasti ja minimoimaan omien, subjektiivisten asenteideni vaikutukset ja parantamaan näin ollen myös tätä kautta sen pätevyyttä. Löydetyt kehykset ovat lopulta kuitenkin aina tutkijan oma, subjektiivinen tulkinta (Väliverronen, 1996) ja niin myös tässä tutkimuksessa kehykset olisi mahdollista muodostaa useammalla eri tavalla. Analyysin alkuvaiheessa selvisi nopeasti, että kehykset esiintyvät usein päällekkäin ja niiden totaalinen erottaminen toisistaan ei yksittäistä uutista tulkitessa ole hedelmällistä. Kokonaisuuden hahmottaminen onkin oleellinen osa prosessia. Näennäisesti toisiinsa liittymättömistä uutisista löytyy syvemmällä tarkastelulla toistuvia, todellisuutta luovia merkityksiä ja olettamuksia. Aineiston huolellisen läpikäynnin ansiosta uskon valitsemieni kehysten kuvaavan kotimaisen uutismedian tulkintoja liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta uutisten sirpaleisuudesta huolimatta. Olen muodostanut kehykset omien tutkimuskysymysten lähtökohdista ja uskon niiden antavan raamit erilaisille todellisuuksille, joita uutisissa rakennetaan.

## **4 LIIKETOIMINNAN JA ILMASTONMUUTOKSEN VÄLISEN SUHTEEN KEHYKSET**

### **4.1 Alustus**

#### **4.1.1 Aineiston teemat**

Vaikka liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välinen suhde on aiheena niin laaja, että sitä kuvaavat uutiset olivat osin hyvinkin paljon toisistaan poikkeavia, on uutisten teemat mahdollista jaotella erilaisiin kategorioihin. Tämän ja seuraavan, aineiston toimijoita käsittelevän luvun tarkoituksena on luoda yleiskäsitys aineistosta varsinaisen kehysanalyysin alustukseksi.

Liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välistä suhdetta lähestytään Helsingin Sanomissa ja Kauppalehdessä samankaltaisin teemoin, jonka takia käsittelen aineistoja kokonaisuutena. Suuren osa uutisista olisi ollut mahdollista kategorisoida useampaan ryhmään. Kuitenkin yhtä uutista (HS28), jossa on kaksi toisistaan erillistä ja vastakkaisesta näkökulmasta kirjoitettua osiota, lukuun ottamatta olen määritellyt jokaiselle uutiselle yhden pääteeman. Tunnistamani teemat ja niiden esiintyminen aineistossa esitellään Taulukossa 2.

Taulukko 2. Aineiston teemat.

Liiketoimintaan vaikuttava ilmastopolitiikka (a)	HS2, HS15, HS16, HS20, HS21, HS42, HS49, HS53, HS54, HS57, HS59, KL3, KL6, KL8, KL13, KL16, KL20
Liiketoiminnan pyrkimys vaikuttaa ilmastopolitiikkaan (b)	HS1, HS9, HS26, HS39 KL4, KL9
Liiketoimintaan vaikuttava sidosryhmäpaine (c)	HS19, HS22, HS34, HS40, HS44, KL5, KL10, KL21, KL23
Liiketoiminta ilmaston kustannuksella (d)	HS12, HS23, HS28, HS50, HS51, HS58, KL1, KL18
Vihreä talous (e)	HS8, HS13, HS24, HS28, HS38, HS43
Ilmastomuutoksen hillintä yritysten kautta (f)	HS7, HS10, HS11, HS17, HS18, HS29, HS30, HS35, HS37, HS45, HS52, HS55, HS56, KL7, KL11, KL12, KL15, KL17, KL19, KL22
Liiketoiminnan kärsiminen ilmastomuutoksen seurauksena (g)	HS14, HS32, HS33, HS41, HS47, HS48, HS60, KL14
Ilmastomuutoksen aiheuttamat liiketoimintamahdollisuudet (h)	HS3, HS4, HS5, HS6, HS10, HS25, HS27, HS31, HS36, HS46, KL2

Ilmastopolitiikka ja sen vaikutus liiketoimintaan on aineistossa tyypillinen tapa lähestyä liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välistä suhdetta (a). Etenkin Trumpin ilmastopolitiikkaa ja hänen ilmastomuutoksen hillitsemisen ja talouskasvun välille luomaansa vastakkainasettelua koskevat uutiset toistuvat aineistossa läpi koko vuoden. Trumpin ilmastopolitiikkaa koskevat uutiset tuomitsevat Trumpin ilmastomuutosvastaisuuden sekä Pariisin sopimuksesta irtaantumisen yksimielisesti. Myös Norjan öljynporauspolitiikka sekä Putinin ilmastomuutoskeptisyys herättävät huolta.

Suomen maankäytön ilmastovaikutukset eli hiilinielut ovat politiikan ja sääntelyn näkökulmasta aihetta lähestyvä teema, joka herättää paljon keskustelua sekä näkökulmien vastakkainasettelua aineistossa. Euroopan parlamentin ympäristövaliokunnan Lulucf-direktiivi käsittelee maankäytön ja metsien osuutta ilmastotavoitteisiin. Suomen hakkuiden määrää vähentävä direktiivi on joidenkin uutisten perusteella Suomelle epämieluisa. Lähinnä hallituksen sekä metsätalouden näkökannan mukaan oikeanlainen metsänhoito takaa sen, että metsiä on mahdollista hyödyntää myös kestäväällä tavalla, jonka takia näkemystä on myös lobattu EU:ssa. Toisen, lähinnä asiantuntijoista sekä ympäristöjärjestöistä koostuvan näkökulman mukaan metsien kaataminen vähentää hiilinieluja ja on tästä syystä ilmastomuutoksen kannalta äärimmäisen epäsuotuisaa. Esimerkiksi uutisessa HS54 kiteytetään vastakkainasettelu seuraavasti: ”Suomessa puhutaan metsäpolitiikasta, EU:ssa ilmastokatastrofin estämisestä.” Teemaan liittyviä uutisia leimaa näiden kahden näkökulman voimakas vastakkainasettelu.

Siinä missä ilmastopolitiikka vaikuttaa liiketoimintaan, pyrkii liiketoiminta vaikuttamaan ilmastopolitiikkaan (b). Uutisten perusteella yritykset haluavat toimintaympäristön olevan otollinen omille ilmastomuutostoimilleen mutta ottavat kantaa myös yhteiskunnallisen tason teemoihin. Teeman sisällä esiintyvissä uutisissa yritykset muun muassa toivovat Suomen hallitukselta pitkäjänteisempää teollisuuspolitiikkaa, vetoavat Trumpiin, jotta tämä ei irtaantuisi ilmastositimuksesta ja toimivat hiilidioksidiveron puolesta puhujina.

Poliittisen ympäristön lisäksi sidosryhmistä kumpuava paine vaikuttaa yrityksiin vahvasti (c). Uutisissa korostuu etenkin sijoittajien ja kuluttajien näkökulma ja niiden pyrkimys vaikuttaa yritysten ilmastotoimiin. Sijoittajia kiinnostaa lähinnä sijoitustensa ilmastoriskit, ja useassa uutisessa vaaditaan yrityksiltä kattavampaa ilmastovaikutusten raportointia. Sijoittajien ajatellaan aineistossa ohjaavan maailmantaloutta vihreämpään suuntaan, sillä luotettavan tiedon ollessa saatavilla rahojen uskotaan kulkeutuvan kestäviin yrityksiin. Myös kuluttajien asettama paine vaikuttaa yritysten toimintaan, ja jotkut heistä ovat ryhtyneet hyvinkin konkreettisiin toimiin: eräs Teslan aiempi asiakas on esimerkiksi järjestänyt Muskin ja Trumpin välisen yhteistyön vastaisen kampanjan ja Saksassa aktivistit istuvat mielenosoituksellisesti hiilijunien raiteilla.

Liiketoimintaa lähestytään aineistossa sekä ilmastonmuutoksen aiheuttajana (d) että vihreänä, ilmaston kanssa ristiriidattomana talouskasvuna (e). Ilmastonmuutoksen aiheuttajan roolissa ollessaan liiketoiminnalta vaaditaan kokonaisvaltaista ja radikaalia muutosta, eikä markkinoiden uskota pystyvän tekemään tätä muutosta itsenäisesti ilman pakkoa ja poliittista säätelystä. Toisaalta osassa uutisia uskotaan aidosti vihreän talouden mahdollisuuteen ja uutisissa käsitellään muun muassa energiavallankumousta sekä kestävä kehitystä. Tällöin kasvava talous ei tarkoita ainoastaan kasvavia päästöjä, vaan liiketoimintaa uskotaan voivan tehdä ilman kokonaispäästöjen kasvamista.

Liiketoiminnalla uskotaan olevan myös mahdollisuuksia hillitä ilmastonmuutosta (f) ja tätä teemaa käsitteleviä uutisia onkin aineistossa runsaasti. Uutisissa yritykset ovat muun muassa kehittäneet oppimispelin ilmastonmuutoksen ymmärtämiseksi, tuoneet markkinoille ilmastoystävällisiä sähköautoja sekä metsien kaatamisen sijaan opettaneet paikalliset hyödyntämään Amazonin sademetsien kasveja. Osassa uutisia liiketoiminnan roolia korostetaan markkinatalouden yhtenä osapuolena osana suurempaa kokonaisuutta, jossa päätöksiä tehdään yhdessä.

Aihetta lähestytään aineistossa myös liiketoiminnan näkökulmasta. Ilmastonmuutos vaikuttaa liiketoimintaan sekä negatiivisessa (g) että positiivisessa (h) mielessä. Etenkin maatalous- ja viljelytoiminta on hankaloitunut ja se on vaarassa jopa osin kadota, josta seurauksena on muun muassa ilmastopakolaisuutta sekä konflikteja. Toisaalta ilmastonmuutoksen mahdollisuuksia käsittelevissä uutisissa kerrotaan muun muassa parantuneesta kansantaloudesta, uusista työpaikoista sekä avautuneista liiketoimintamahdollisuuksista, kuten Englantiin rantautuneesta viininviljelystä. Liiketoimintamahdollisuuksia ei kuitenkaan aina katsota pelkästään hyvällä, ja esimerkiksi Teslan toimitusjohtaja Elon Muskin ja Donald Trumpin läheinen suhde nousee esiin useassa uutisessa. Muskin motiiveja kyseenalaistetaan toistuvasti, sillä lämmin suhde on saanut Teslan osakkeet nousukiitoon.

#### **4.1.2 Aineiston toimijat**

Mediassa eri toimijoiden roolit poikkeavat toisistaan: osa on mukaan määrittelemässä ongelmia, osa pääsee esittämään vain reunahuomautuksia omasta näkökannastaan (Väliverronen 1996, 94). Liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen tulkitsemiseen uutismediassa osallistuu useampi toimija, jotka tuovat omat, toisistaan



osin hyvinkin paljon poikkeavat kontribuutionsa keskusteluun. Aineiston toimijat ja niiden esiintyminen eri kehyksissä esitellään Taulukossa 3. Käsittelen kehysten esittelyn yhteydessä tarkemmin toimijoiden ääntä eri kehyksissä.

Taulukko 3. Aineiston toimijat.

KEHYS	
TOIMIJAT	Poliittinen valta
	Liiketoimintamahdollisuus, Ilmastoratkaisu
	Yritykset
	Liiketoimintamahdollisuus, Liiketoimintariski, Ilmastoratkaisu
	Asiantuntijat
	Ilmastouhka
TOIMIJAT	Ympäristöjärjestöt
	Ilmastouhka
	Kuluttajat
	Ilmastoratkaisu
TOIMIJAT	Sijoittajat
	Liiketoimintamahdollisuus, Liiketoimintariski

Aineistossa keskusteluun osallistuvat hyvin aktiivisesti poliittisen vallan edustajat, joista ääneen pääsevät muun muassa EU:n edustajat, eri maiden presidentit, ministerit sekä hallituksen jäsenet. Etenkin Yhdysvaltojen presidenttiä Donald Trumpia, Venäjän presidenttiä Vladimir Putinia ja Kiinan presidenttiä Xi Jinpingiä siteerataan useassa uutisessa. Myös Suomen presidentti Sauli Niinistö sekä Saksan liittokansleri Angela Merkel mainitaan useammassa uutisessa. Presidenttien lisäksi useat ministerit pääsevät aineistossa ääneen: muun muassa Suomen maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä, ympäristö-, energia- ja asuntonministeri Kimmo Tiilikainen, ulkomaankauppa- ja kehitysministeri Kai Mykkänen, pääministeri Juha Sipilä sekä Norjan pääministeri Erna Solberg ottavat osaa keskusteluun. Suomen hallitus mainittiin usein myös sellaisenaan etenkin hiilinielukiistaa koskevissa uutisissa. Uutisten koskiessa valtioiden omia intressejä, poliittinen valta esitetään usein valtio- tai järjestötasolla: keskustelun osapuolia ovat esimerkiksi Suomi, Yhdysvallat, Saksa, Kiina ja EU. Myös hallitukseen ja sen tekemiin päätöksiin viitataan paljon ilman henkilöitymiä.

Myös yritykset ja niiden edustajat esiintyvät aineistossa tiuhaan. Uutisiin ollaan useimmiten haastateltu yritysten toimitusjohtajia tai heidän puheisiinsa viitataan muuten. Yksittäisistä yrityksen edustajista eniten siteerauksia saa Teslan toimitusjohtaja Elon Musk. Muita aineistossa esiintyviä toimitusjohtajia ovat esimerkiksi

ExxonMobilin Darren Woods, Volvon Håkan Samuelsson, St1:n Mika Anttonen, LeaseGreenin Tomi Mäkipelto sekä tietotekniikkayritys Samasourcen ja LXMI-kosmetiikkayrityksen perustaja Leila Janah. Joistakin yrityksistä ääneen päästetään yrityksen viestinnästä tai vastuullisuudesta vastaava henkilö, kuten Keskon vastuullisuusjohtaja Matti Kalervo, Pauligin vastuullisuuspäällikkö Seija Säynevirta ja Helenin viestintäjohtaja Sanna Jääskeläinen. Aineistossa esiintyy myös yritysten välisiä yhteistyöprojekteja ja yhteisöjä, kuten Suomen Pakkausyhdistys, Suonenjoen seudun marjaviljelijäin yhdistys sekä kahvinviljelijöiden Coffee & Climate –hanke, jonka tavoitteena on oppia keinoja ilmastomuutoksen sopeutumiseen. Myös eri teollisuudenalojen kattojärjestöt, kuten Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK, Energiateollisuus ry ja Metsäteollisuus saavat aineistossa äänensä kuuluviin.

Koska ilmastomuutos koskee laajasti koko yhteiskuntaa, on keskustelussa hyödynnetty myös erilaisten asiantuntijoiden, asiantuntijaryhmien ja tutkijoiden mielipiteitä.

Aineistossa viitataan muun muassa hallituksen asettamaan ilmastopolitiikan asiantuntijaryhmään, Euroopan tiedeakatemiaan sekä tiedelehti New Scientistiin. Talouden asiantuntijoina esiintyy muun muassa talousnobelisti Richard Thaler, kuluttajaekonomisti Timo Leino, Englannin keskuspankin entinen pääjohtaja Mark Carney (KL5), sekä Climate Leadership Councilin pääekonomisti Timo Tyrväinen. Ilmastoasiantuntijuutta edustavat esimerkiksi EK:n ilmastoasiantuntija Mikael Ohlström, Ilmatieteen laitoksen tutkimusprofessori Hannele Korhonen sekä Kalifornian yliopiston ympäristötieteiden professori Alan Barreca. Muita aineistossa esiintyviä asiantuntijoita ovat muun muassa Ulkopoliittisen instituutin vanhempi tutkija Antto Vihma, Aalto-yliopiston teknillisen fysiikan professori Peter Lund, sekä VTT:n johtava tutkija Juhani Laurikko. Aineistossa viitataan tämän lisäksi määrittelemättömiin ”tutkijoihin” tai ”asiantuntijoihin”.

Järjestöt ja niistä erityisesti ympäristöjärjestöt saavat niin ikään äänensä kuuluviin uutisissa. Järjestöillä on aiheeseen ilmastoa liiketoiminnan haittavaikutuksilta puolustava näkökulma. YK:hon ja Pariisin ilmastososopimukseen viitataan useassa uutisessa, jonka lisäksi mainitaan sen alajärjestöt Maatalous- ja ruokajärjestö FAO ja Ilmatieteen järjestö WMO. Ääneen pääsee YK:n kehitysohjelman UNDP:n johtaja Achim Steiner. Ympäristöjärjestöistä aineistossa esiintyy Greenpeace, Maailman Luonnon Säätiö WWF, Suomen luonnonsuojeluliitto SLL ja Luonto-liitto.

Ympäristöjärjestöistä ääneen pääsee muun muassa tittelillä suojeleasiantuntija, metsävastaava, ilmastoasiantuntija sekä Arktis-vastaava.

Kuluttajiin viitataan aineistossa liiketoimintaan vaikuttavana voimana ja markkinoiden toisena osapuolena. Kuluttajat ovat osassa uutisia itse aktiivisesti äänessä, jonka lisäksi heihin viitataan yhtenäisenä ryhmänä, joiden mieltymyksiin yritysten täytyy vastata ja jotka myös omilla valinnoillaan joko hidastavat tai edistävät ilmastonmuutosta.

Aineistossa viitataan kuluttajien toisaalta aiempaa vihreämpiin arvoihin ja asenteisiin, toisaalta hedonismiin ja halvalla saa –asenteeseen. Kuluttajilla on aineistossa myös erilaisia rooleja: he toimivat muun muassa liiketoimintaa vastaan taistelevina aktivisteina, lentolippujen hintojen noususta kärsivinä lentomatkustajina sekä Norjan öljynporauksia vastustavina kalastajina.

Myös institutionaalisten sijoittajien mahdollisuus vaikuttaa yritysten ilmastotoimiin nousee vahvasti esiin aineistossa. Sijoittajista ääneen pääsee esimerkiksi Nordea, Norjan eläkerahasto sekä OP. Eläkelaitoksiin, vakuutusyhtiöihin sekä valtiollisiin sijoitusrahastoihin viitataan myös sellaisenaan. Haastatteluja on pyydetty useissa tapauksissa vastuullisen sijoittamisen vastaavat: aineistossa haastatellaan muun muassa OP:n varallisuudenhoidon vastuullisen sijoittamisen johtajaa Mika Leskistä, Evlin vastuullisen sijoittamisen koordinaattoria Outi Heleniusta sekä Keskinäisen Työeläkevakuutusyhtiön Elon vastuullisen sijoittamisen asiantuntijaa Kirsi Keskitaloa.

## **4.2 Kehykset**

### **4.2.1 Kehysten esittely**

Olen tunnistanut aineistosta neljä kehystä, joista kahdessa liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta tulkitaan liiketoiminnan, kahdessa ilmaston kannalta. Tunnistamani kehykset ovat Liiketoimintamahdollisuus, Liiketoimintariski, Ilmastoratkaisu sekä Ilmastouhka. Kehysten ominaispiirteitä kuvaava kehysmatriisi esitellään Taulukossa 4.

Taulukko 4. Kehysmatriisi.

	<b>Liiketoimintamahdollisuus</b>	<b>Liiketoimintariski</b>	<b>Ilmastoratkaisu</b>	<b>Ilmastouhka</b>
<b>Liiketoiminnan &amp; ilmastomuutoksen suhde</b>	Ilmastomuutos on liiketoimintamahdollisuus.	Ilmastomuutos on liiketoimintariski.	Liiketoiminta hidastaa ilmastomuutosta.	Liiketoiminta kiihdyttää ilmastomuutosta.
<b>Esiintyvät teemat</b>	Ilmastomuutoksen aiheuttamat liiketoimintamahdollisuudet (h), ilmastopolitiikka (a), sidosryhmäpaine (c), vihreä talous (e).	Liiketoiminnan kärsiminen ilmastomuutoksen seurauksena (g), ilmastopolitiikka (a), sidosryhmäpaine (c).	Ilmastomuutoksen hillintä yritysten kautta (f), ilmastopolitiikka (a), liiketoiminnan pyrkimys vaikuttaa ilmastopolitiikkaan (b), vihreä talous (e).	Liiketoiminta ilmaston kustannuksella (d), ilmastopolitiikka (a), sidosryhmäpaine (c).
<b>Toimijat äänessä</b>	Poliittisen vallan edustajat, sijoittajat, yritykset.	Yritykset, sijoittajat.	Yritykset, poliittisen vallan edustajat.	Ympäristöjärjestöt, asiantuntijat.
<b>Tunnussanat</b>	Energiatehokkuus, säästöt, kilpailukyky, kaupallistaminen, imago.	Menetykset, konkurssi, kärsimys, kulut, maineriski, ilmatoriski.	Ongelmanratkaisu, keinoöly, uusiutuva energia, ilmastomuutoksen hillintä.	Taloukasvu, fossiiliset polttoaineet, hiilidioksidipäästöt.
<b>Iskulauseet</b>	"Vaikka ilmastomuutoksessa ei ole voittajia, siitä voi syntyä taloudellisia menestystarinoita."	"sääntöehdotukset ovat Suomelle epäedullisia", "vähennystavoite on aika hurja", "maanviljelijöiden lohduton taistelu"	"ilmastonmuutoksen hidastaminen onnistuu vain, jos siitä tulee kannattavaa bisnestä", "maailman tarpeita varten", "puhtaat ratkaisut", "kamppailu ilmastomuutosta vastaan"	"ajoneuvot tupruttavat sysimustaa pakokaasua ilmaan", "tämä elämäntapa ei vain enää vetele", "elämäntapamme on muututtava"
<b>Syyt</b>	Ilmastomuutoksen aiheuttamat muutokset ovat liiketoiminnan kannalta osin positiivisia.	Ilmastomuutos aiheuttaa suoria (esim. radikaalit sääilmiöt) ja epäsuoria (esim. sääntely ja muuttuva kysyntä) uhkia liiketoimintaympäristöön.	Yritykset haluavat pyrkiä jatkuvasti parempaan ja olla oleellinen osa ratkaisua.	Liiketoiminnan ahneus ja kykenemättömyys muutokseen.
<b>Seuraukset</b>	Muuttuvat markkinat avaavat mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin ja toimialoihin.	Liiketoiminnan täytyy joko itse muuttaa toimintaansa ulkoisen paineen alla tai paineen on muututtava.	Yritykset hillitsevät ilmastomuutosta ja tuottavat ratkaisuja, jotka hyödyttävät myös yritysten lisäksi myös niiden sidosryhmiä.	Taloukasvu ilmaston kustannuksella.
<b>Moraaliset väittämät</b>	Ilmastomuutosta mahdollista tarkastella myös mahdollisuuksien näkökulmasta.	Ilmastomuutos on maailmanlaajuinen katastrofi, jonka uhreja ovat myös yritykset.	Liiketoiminta ja markkinat ovat ratkaisu ilmasto-ongelmiin.	Liiketoiminnan ajurina lähinnä rahalliset motiivit, taloukasvu on kestäväntöntä ja nopeuttaa ilmastomuutosta.

Liiketoimintamahdollisuus-kehyksessä ilmastonmuutoksen oletetaan muuttavan markkinoita tavalla, josta liiketoiminnan on mahdollista hyötyä esimerkiksi uusin innovaatioin ja toimialavaltauksin. Ilmastonmuutoksen vakavuutta ei kumota kehyksessä kokonaan, mutta se jätetään yleensä huomiotta. Kehyksessä käsitellään liiketoimintaan vaikuttavaa ilmastopolitiikkaa (a), jonka lisäksi teemoista esiintyy liiketoimintaan vaikuttava sidosryhmäpaine (c), vihreä talous (e), ja kaikista korostuneimmin ilmastonmuutoksen aiheuttamat liiketoimintamahdollisuudet (h). Ääneen pääsevät usein poliittisen vallan edustajat, sijoittajat sekä yritykset ja niiden edustajat. Kehyksessä hyödynnettävät kielelliset ilmaisut ovat lähtökohtaisesti positiivisia miellelyhtymiä aiheuttavia ja esiintyviä ilmaisuja ovat esimerkiksi ”kilpailukyvyn parantaminen”, ”energiatehokkuus” ja ”työpaikkojen lisääntyminen”.

Liiketoimintariski-kehyksessä ilmastonmuutoksen oletetaan muuttavan liiketoimintaympäristöä yrityksille haitallisella tavalla. Ilmastonmuutos on kehyksessä maailmanlaajuinen katastrofi, jonka uhreja myös yritykset ovat. Myös kysynnän ja säätelyn muutokset aiheuttavat yrityksille ongelmia. Teemoista korostuu liiketoiminnan kärsiminen ilmastonmuutoksen seurauksena (g), jonka lisäksi kehyksessä esiintyy myös liiketoimintaan vaikuttava ilmastopolitiikka (a) sekä liiketoimintaan vaikuttava sidosryhmäpaine (c). Äänessä ovat usein yritykset tai sijoittajat. Kielellisinä keinoina hyödynnetään muun muassa kärsimystä, menetystä ja huolta kuvaavia ilmaisuja. Kehyksessä mainitaan usein myös maine- ja ilmastoriskit.

Ilmastoratkaisu-kehys korostaa liiketoiminnan roolia ilmastonmuutoksen hillitsemisessä. Kehyksessä yritykset ovat motivoituneet sekä oman että sidosryhmiensä hyvinvoinnin parantamiseen ja ilmastonmuutoksen torjumiseen. Markkinatalouden ja siinä syntyvien innovaatioiden uskotaan olevan avainroolissa ilmastonmuutoksen hillinnässä. Teemoista tässä kehyksessä esiintyy korostuneesti liiketoiminnan hillintä yritysten kautta (f), ja muita esiintyviä kehyksiä ovat liiketoimintaan vaikuttava ilmastopolitiikka (a), liiketoiminnan pyrkimys vaikuttaa ilmastopolitiikkaan (b) sekä vihreä talous (e). Toimijoista äänessä ovat erityisesti yritysten omat edustajat sekä poliittinen valta. Kielelliset ilmaisut henkivät positiivisuutta ja yhteen hiileen puhaltamista, tästä esimerkkinä ilmaisut ”maailman tarpeita varten” sekä ”puhtaat ratkaisut”.

Ilmastouhka-kehyksessä liiketoiminnan taas oletetaan yksinomaan kiihdyttävän ilmastomuutosta. Talouskasvun motiiveina nähdään olevan rahalliset intressit, jotka toteutuvat ilmaston kustannuksella. Kehyksessä esiintyviä teemoja on liiketoiminta ilmaston kustannuksella (d), liiketoimintaan vaikuttava ilmastopolitiikka (a) sekä liiketoimintaan vaikuttava sidosryhmäpaine (c). Toimijoista ääneen pääsevät etenkin ympäristöjärjestöt sekä erilaiset asiantuntijat. Kehyksessä painotetaan muutoksen välttämättömyyttä, ja kielellisiä keinoja hyödynnetään erityisesti saasteisen ja lohduttoman tulevaisuuden kuvaamiseen.

#### **4.2.2 Liiketoimintamahdollisuus-kehys**

Liiketoimintamahdollisuus-kehyksessä ilmastomuutoksen nähdään tuovan tullessaan liiketoimintamahdollisuuksia, eikä yritysten ja ympäristön kompleksiseen suhteeseen oteta tässä kehyksessä yleensä kantaa kovinkaan kattavasti. Kehyksessä luonnonvarojen käyttöä perustellaan kestävä kehityksen ja vastuullisen liiketoiminnan käsitteitä hyödyntäen. Niiden ja taloudellisten etujen välillä ei nähdä olevan ristiriitaa. Ympäristöpuhetta pidetään kehyksessä usein turhan tuomitsevana ja suhde kuitataan toteamalla luonnonvarojen kestävä hyödyntämisen olevan täysin mahdollista. Seuraavissa esimerkeissä ilmenee kehykselle tyypillinen, puolusteleva tapa argumentoida näkökulman puolesta:

Paneeliin osallistunut Norjan pääministeri Erna Solberg puolusti tuotantopäätöksiä, jotka tehdään Sohlbergin mukaan tuoreimman tieteellisen tiedon pohjalta. ”On löydettävä tasapaino, missä Norjaa voi käyttää esimerkkinä. Käytämme meren resursseja kestävästi.”. (HS3)

Meidän mielestämme pitää olla rationaalinen siinä, että huomioidaan ympäristöä riittävästi, mutta mahdollistetaan luonnonvarojen kestävä hyödyntäminen. Tuntuu, että moni haluaa suojella pohjoisia alueita vain suojelemisen vuoksi, eikä välimuotoja ole. (HS4)

Liiketoimintamahdollisuus-kehyksessä toiminnan tavoite on taloudellisuuden takaaminen ja rahavirran varmistaminen. Useasti esiintyvä aihe on Suomen hiilinielukeskustelu. Kehyksessä esiintyvät näkökannan mukaan metsiä voidaan hyödyntää taloudellisesti sekä ilmastoa kunnioittavasti:

Maatalous- ja ympäristöministeri Kimmo Tiilikainen (kesk) kiistää ympäristö- ja ilmastokysymyksiin perehtyneiden tutkijoiden kritiikin, jonka mukaan hallitus ei ole huomionnut tutkimustietoa biotalouslinjausten valmistelussa. Hän korostaa, että hallitus on jo ryhtynyt toimiin varmistaakseen, ettei metsien lisääntyvä käyttö vaaranna ilmastotavoitteita ja metsien monimuotoisuutta, kuten tutkijat pelkäävät. (HS13)

Äänessä ovat usein poliitikot sekä yritykset ja niiden edustajat. Kun äänessä ovat poliitikot, aihetta käsitellään usein kansallisten etujen, kuten suomalaisten työllistämisen tai suomalaisten yritysten mahdollisuuksien, kautta. Ilmastomuutoksesta pyritään tällöin hyötymään kansantaloudellisella tasolla. Motiivina on usein myös ulkopoliittisen profiilin pönkittäminen. Seuraavista lainauksista käy ilmi kansantaloudelliset intressit:

Helsingin telakka on saamassa Japanista ainutlaatuisen ja hieman erikoisenkin risteilijätilauksen, joka antaa suomalaisyrityksille mahdollisuuden markkinoida teknologista osaamistaan kirjaimellisesti ympäri maailmaa. Telakkaa pyörittävä venäläisomisteinen Arctech on solminut aiesopimuksen ”maailman vihreimmän risteilijätilauksen” rakentamisesta Peace Boat -nimisen ihmisoikeus- ja ympäristöjärjestön kanssa. (HS25)

Hänen [ulkomaankauppaministeri Kai Mykkänen] mukaansa aikaisemmin suomalaisilla yrityksillä on ollut vaikeuksia löytää ja päästä kiinni miljardien arvoisiin kansainvälisiin kehityshankkeisiin, mutta nyt hän toivoo, että uusi rahasto avaa konkreettisen ikkunan, jossa suomalaiset yritykset pääsisivät entistä helpommin mukaan hankkeisiin jo varhaisessa vaiheessa. ”On tärkeää päästä mukaan jo siinä vaiheessa, kun projekteissa muotoillaan, minkälaisia ratkaisuvaihtoehtoja haetaan. Silloin, kun hakuilmoitus laitetaan nettiin, on puolet pelistä jo menetetty.”. (KL20)

Seuraavista lainauksista käy ilmi kehityksessä esiintyvä ulkopoliittisen profiilin pönkittäminen ilmastotoiminnan motiivina:

[Arktisen neuvoston] puheenjohtajuuskausi on Suomelle hyvä mahdollisuus tuoda esiin arktista osaamisistaan. Suomi voi myös nostaa ulkopoliittista profiiliaan foorumilla, jonka jäseniä ovat muun muassa Yhdysvallat ja Venäjä. Arktisen neuvoston tarkkailijoihin kuuluvat Kiina, Japani ja Intia. Hahmotelmassa puheenjohtajuuskautensa prioriteeteiksi Suomi nostaa pääteemoiksi kestävä kehityksen ja ilmastomuutoksen. (HS21)

"Saksan ilmasto- ja energia-politiikan linja on viime vuodet kulkenut aikamoista siksakkia, vaikka liittokansleri Angela Merkel mielellään esiintyy kansainvälisillä areenoilla suurena ilmastopoliitikkona. Totuus kuitenkin on, että vaikka Saksa yhtenä päivänä puolustaa näytävästi kansainvälisiä ilmastositoumuksia ja Pariisin ilmastopöytäkirjaa, seuraavana päivänä se on jo

lisäämässä fossiilisten polttoaineiden käyttöä omassa energiantuotannossaan." (HS 40)

Poliittisen vallan lisäksi myös sijoittajia kiinnostaa yritysten ilmastotoimet ja myös he pääsevät kehyksessä ääneen useasti. Yhä useammat sijoittajat tulkitsevat ilmastomuutosta liiketoimintamahdollisuuksien näkökulmasta, sillä vastuullisen liiketoiminnan ymmärretään kasvattavan tuottoja pitkällä aikavälillä:

Sijoittajat ovat huomanneet, että uusiutuvat ovat kannattavaa ja vastuullista liiketoimintaa. Esimerkiksi Saksan suurin rahalaitos Deutsche Bank ilmoitti lopettavansa sijoitukset hiilienergiaan. (HS7)

Sijoittajat ohjaavat rahaa niille, jotka voivat taata tuoton ohella toimintansa vastuullisuuden." (HS29)

"Robinsonin mukaan muidenkin kansainvälisten sijoittajien kiinnostus englantilaisiin viinitarhoihin on kasvanut selvästi. Manner-Euroopan isot viinitalot tähyävät viileään Englantiin." (HS46)

Yritysten näkökulmasta esiin nostetaan yritysten oma, taloudellinen etu.

Ilmastomuutosjohtamisen oletetaan tuovan yritykselle haluttuja säästöjä ja rahavirtaa parantuneen maineen ja tätä myöten asiakkaiden muodossa. Pärjäävät yritykset ovat niitä, jotka ottavat ilmastomuutoksen huomioon strategiassaan ja etenkin pitkällä aikavälillä ilmastomuutosjohtaminen nähdään jopa välttämättöminä. Kehyksessä esiintyy lähinnä taloudellisia motiiveja:

Kun yritysjohtajat tarkastelevat liiketoimintaa pitkällä aikajänteellä, raaka-aineiden kierrättäminen ja tuotteiden tarjoaminen palvelumuodossa on kaupallisesti järkevää. Sitä paitsi yritykset eivät voi pysyä hengissä tuhoutuneessa yhteiskunnassa. (HS28)

Esimerkiksi eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen ilmoitti kuluneella viikolla onnistuneensa energiansäästöissä yli odotusten energiatehokkuutta parantamalla. Säästöä syntyi myös pääkonttorin katolle asennetusta aurinkovoimalasta, joka kattoi aurinkoisina kesäpäivinä noin neljänneksen kiinteistön energiantarpeesta. (HS8)

Moni yritys on havainnut, että myönteinen mielikuva yrityksestä vahvistuu, kun yritys toimii ilmastomuutosta torjuvasti. Mielikuva vaikuttaa paljon kulutuskäyttäytymiseen. Ympäristöstä huolehtiminen voi maksaa, mutta vastuuttomuus on -pitkällä aikavälillä vielä kalliimpaa. (HS29)

Vastuullisuuden liiketoimintahyödyt edellyttävät pitkäjänteistä toimintaa. UPM:n menestys on tästä oiva esimerkki. Yhtiö on noussut alansa johtajaksi



hallitsemalla ympäristövaikutuksiaan sekä nostamalla esiin uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja panostamalla yhteiskunnallisen vaikuttavuutensa tunnistamiseen. (HS43)

Koska kehyksessä ilmastonmuutoksen oletetaan mahdollistavan taloudelliset investoinnit ja takaamaan tulokset, sen huomiotta jättämistä pidetään taloudellisesti vahingollisena. Ilmastokamppailussa oletetaan kuitenkin olevan liiketoiminnan kannalta enemmän voittajia kuin häviäjiä. Tämä käy ilmi muun muassa seuraavissa lainauksissa:

Ilmastosopimus on pahin niiden yritysten kannalta, jotka eivät ole löytäneen uusia keinoja tai kanavia liiketoimintansa päivittämiseen. Tämä joukko on kuitenkin pienenevä eikä kansantalouden mittakaavassa edes kovin merkittävä. (HS27)

”Saksassa suurten energiayhtiöiden liiketoimintamallit vanhentuivat niin nopeasti, että ne ajautuivat melkein konkurssiin ja joutuivat järjestelemään toimintaansa uusiksi”, hän muistelee vuosikymmenen alussa alkanutta Energiewende-politiikkaa. ”Nyt Saksa on yksi maailman vahvimmissa talouksista, ja voimme tarjota muihin maihin toimivia ympäristöratkaisuja. (HS29)

Liiketoimintamahdollisuus-kehyksessä ilmastonmuutoksen taloudellista hyödyntämistä tarkastellaan myös negatiivisesta näkökulmasta. Yritysten oletetaan tällöin hyödyntävän ilmastonmuutosta itsekkäistä lähtökohdista, ja puheet aidosta halusta auttaa tulkitaan pelkkänä kiiltokuvana aidon motivaation kumpuavan rahanhimosta. Yrityksiä epäillään myös viherpesusta:

Valio kertoi tuloksista väitteellä ”Suomalainen nautakarja ei ilmastonmuutosta kiihdytä”. Otsikko muutettiin, mutta kampanja ehti saada viherpesun leiman. Päästötöntä tuotanto ei ole Suomessakaan. (HS13)

Silmätikuksi joutuu kehyksessä erityisesti yritysten toimitusjohtajat, etenkin Elon Musk. Muskin motiiveja epäillään useammassa uutisessa, ja aihetta käsitellään uutisissa värikkäin sanakääntein:

Sijoittajien näkökulmasta Musk on osannut pelata korttinsa oikein. Sen sijaan, että uusiutuvasta energiasta saarnaava Musk olisi julistanut sanasodan Trumpia vastaan, hän on rakentanut lämpimiä suhteita presidentinkansliaan. (HS5)

Musk nähtiin tämän tästä Trumpin tornitalossa ja erinäisissä tilaisuuksissa hengaillemassa Trumpin kanssa. Muskista oli leivottu Trumpin neuvonantaja. Asia selitettiin Teslan puolesta niin, että Muskin olisi hyvä olla fiksuna ja ympäristötietoisena tyyppinä lähellä Trumpia, jotta hän pystyisi edes jotenkin vaikuttamaan Trumpin politiikkaan. (HS19)

Musk on hyötynyt henkilökohtaisesti läheisistä väleistään Trumpiin. Analyytikot arvioivat lämpimän suhteen olevan yksi syy sille, miksi Teslan osakekurssi on vahvistunut lähes 40 prosenttia joulukuun alusta. (HS6)

#### 4.2.3 Liiketoimintariski-kehys

Liiketoimintariski-kehyksessä ilmastonmuutosta tulkitaan liiketoimintariskin näkökulmasta. Liiketoiminta on kehyksessä muuttuvan ilmaston ja siitä seuranneiden yhteiskunnallisten muutosten viaton uhri. Kehyksessä ei oteta kantaa liiketoiminnan aiheuttamiin ympäristö- ja ilmastovaikutuksiin: ongelmia ovat sen sijaan ilmastonmuutos ja sen välilliset vaikutukset liiketoiminnalle, jotka esiintyvät muun muassa menetettyinä tuloina, katoavina työpaikkoina sekä elinkeinojen katoamisena. Päästövähennyksiin tähtäävää poliittista säätelyä pidetään kehyksessä liiketoimintariskinä ja jopa kohtuuttomien vaatimusten esittäjänä, sillä talous ja elinkeino menevät kehyksessä tärkeysjärjestyksessä ympäristön ja ilmaston edelle:

Autonvalmistajien mukaan uusien kulutusvaatimuksien toteuttaminen nostaisi autojen valmistuskustannuksia ja pakottaisi valmistajat vähentämään työpaikkoja. Uhkana on valmistajien mukaan satojentuhansien tai jopa miljoonan työpaikan katoaminen Yhdysvalloista. (HS9)

Yrityksiin ei viitata kansainvälisinä, kasvottomina konserneina, vaan ne on pyritty inhimillistämään. Uhreilla viitataan usein yrityksen työntekijöihin. Äänessä ovat usein yritykset, niiden yhteistyöprojekteista vastaavat tai sijoittajat. Ilmastonmuutoksen uhatessa ja muokatessa liiketoimintaa seurauksia koituu myös kuluttajille, kuten seuraavissa lainauksissa:

Turvassa ei ole suomalaisten Juhlamokkakaan. Myös Suomen Paulig on herännyt tilanteen vakavuuteen. ”On hyvin mahdollista, että kahvi on vuonna 2080 vain harvojen herkkua”, toteaa Pauligin kahvidivisioonan toimitusjohtaja Elisa Markula. (HS14)

Mitä lämpimämmäksi maapallon ilmasto muuttuu, sitä vähemmän lentokoneisiin voidaan ottaa lastia. Tämä koskee myös

ihmismatkustajia. Maan pinnalla väreilevä kuuma ilmamassa nimittäin kantaa lentokonetta huonommin kuin kylmä ilma. Äkkiseltään tällainen uutinen voi kuulostaa hyvältä, sillä se lupaa lisää jalkatila koneisiin, mutta asialla on myös toinen puoli: lentäminen muuttuu kalliimmaksi. (KL14)

Yritysten lisäksi myös sijoittajat ovat huolissaan liiketoiminnan kohtaamista ilmastoriskeistä. Riskeihin sijoittaminen on kannattamatonta, jonka takia sijoittajat painostavat yrityksiä vähähiilisempiin ja tätä myöten vähäriskisempiin toimintamalleihin. Sijoituksista etenkin hiiliyhtiöihin luovutaan jopa kokonaan ja muiltakin yrityksiltä vaaditaan aiempaa kattavampaa läpinäkyvyyttä. Seuraavissa lainauksissa ilmenee sijoittajien näkökulma ilmastonmuutoksen aiheuttamiin liiketoimintariskeihin:

Sijoittajat vaativat öljy-yhtiöitä kertomaan, miten ilmastopolitiikan tuomat fossiilisen öljyn hyödyntämisen mahdolliset esteet ja uuden teknologian käyttöönotto tulevat vaikuttamaan yhtiöiden liiketoimintaan. (KL10)

Parin viime vuoden aikana monet suursijoittajat ovat kääntäneet ajatteluaan. Ilmastonmuutoksesta on tullut aito riski sijoituksille ja siksi sen arviointiin on haettu apua myös South Pole Groupilta. (KL5)

Maailman suurin varainhoitotalo BlackRock julkaisi viime syksynä raportin siitä, kuinka sijoittajien pitäisi huomioda ilmastonmuutoksen riskit sijoituksissaan. Raportin mukaan esimerkiksi vakuutusyhtiöiden kannattaisi olla sijoittamatta sellaisten yrityksiin, joiden liiketoiminnasta yli kolmannes tulee kivihielestä. (HS44)

Slyngstad tiedostaa, että hänen johtamallaan rahastolla on vaikutusvaltaa maailmanmarkkinoihin. Rahasto on jo aiemmin ilmoittanut luopuvansa hiiliyhtiöistä kokonaan ja vähentävänsä omistuksia öljy- ja kaasuyhtiöissä. (HS22)

Ilmaston muuttumisen merkitystä käsitellään suorien liiketoiminnallisten vaikutusten lisäksi laajemmalla, yhteiskunnalliselta tasolta. Elinkeinojen menetyksen lisäksi ilmastonmuutoksen vaikutus liiketoimintaan voi johtaa muun muassa kansantalouden heikkenemiseen sekä konfliktien lisääntymiseen:

Jos ilmastonmuutos huolestuttaa suomalaista kahvinystävää, vielä suuremman hädän se aiheuttaa maailman yli 25 miljoonalle kahvinviljelijälle. Kahvi on öljyn jälkeen maailman myydyin raaka-aine, joka tuo suoraan tai välillisesti elannon yli sadalle miljoonalle ihmiselle köyhissä maissa. (HS14)

Ranskan viinisato kuluneelta kesältä jää eräiden arvioiden mukaan kehnoimmaksi 60–70 vuoteen. Viini on merkittävä maataloustuote Ranskassa, ja erittäin merkittävä koko unionissa. Suomalaisten on joskus vaikea muistaa viinin sitä puolta. (HS48)

Tutkijoiden mukaan huonot sääolot aiheuttavat satojen huononemista ja kansantalouden heikkenemistä, mikä puolestaan lisää konflikteja. Samansuuntaisia tuloksia on aiemmistakin tutkimuksista. (HS60)

Ilmaston lämpenemisen hillintään pyrkiviä poliittisia päätöksiä ja ohjeita tarkastellaan kehyksessä liiketoimintariskin näkökulmasta, ja niiden ilmastoon liittyvät motiivit sivuutetaan. Kehyksessä esiintyy myös järjestöjen liiketoimintaan vaikuttavaan pyrkiviä ohjeistuksia, jotka tulkitaan myöskin liiketoiminnalle haitallisina. Järjestöjen lisäksi vedotaan myös kuluttajien vastuuseen. Seuraavat lainaukset kuvastavat hyvin ilmastonmuutoksen aiheuttamien yhteiskunnallisten muutosten tulkitsemista liiketoiminnallisen riskin näkökulmasta:

Kun maailma siirtyy vähähiiliseen talouteen, edessä on politiikan ja lainsäädännön muuttumisesta syntyviä riskejä, teknologiavalintoihin liittyviä riskejä sekä markkina- ja maineriskejä. (KL7)

Polttomoottori on edelleen valta-asemassa autojen voimanlähteenä. Sen tulevaisuutta kuitenkin varjostaa entistä vaativampi lainsäädäntö, jolla pyritään pitämään kurissa typen oksidit ja pienhiukkaset. (KL8)

Helposti unohtuu, että fyysisten riskien, kuten äärimmäisten säätapauhtumien aiheuttamien ongelmien lisäksi ilmastonmuutoksen hidastamiseen tähtäävä sääntely tai yhteiskunnalliset muutokset tuovat haasteita yrityksille. (KL5)

Liikennettä enemmän päästöjä syntyy lihatuotannosta. Aihe on keskustalle arka, mikä kävi ilmi viimeksi keväällä, kun WWF julkaisi lihaoppaansa. Keskusta, kuten myös ministeri Tiilikainen, puolustaa tuottajia. Tiilikaista harmittaa lihakeskustelussa nimenomaan se, että tuottajia syytetään, vaikka he vastaavat kysyntään tarjonnalla. Omien sanojensa mukaan hän suhtautuu asiaan juuri sillä vakavuudella kuin siihen täytyy suhtautua, mutta lähtökohtana on terveys. (HS38)

Liiketoimintaympäristön muuttuessa liiketoiminnan on sopeuduttava sekä varauduttava siihen jo ennalta. Aineistossa käsitellään sekä muuttuvaan ilmastoon että poliittisen ilmapiirin muutokseen liittyvää sopeutumista. Sopeutumisvaihtoehtoina esitetään muun muassa uusia toimintamalleja, tutkimustietoa sekä muutosta ilmastopoliittikkaan:

Volvon kaltaiselle, suuremman kokoluokan autoihin keskittyvälle yhtiölle sähköön siirtyminen on käytännössä ainoa tapa sopeutua kiristyyviin päästötavoitteisiin. (HS31)

Äkkiä muuttuvat olosuhteet ja viljelyn kannalta huonot ajat voivat iskeä asiantuntijoiden mukaan yllättävän pian Suomeenkin (Yle 17.7.). Siihen on osattava varautua. Varautumiseen tarvitaan täsmätietoa ja -taitoa, jota ei muualla voida meille tuottaa. Se ei ole ostettavissa. Se tutkimustieto pitää itse tuottaa. (HS33)

Ääripäästä toiseen vaihteleva sää on tullut tutuksi eri puolilla maailmaa. Erityisesti korkeisiin lämpötiloihin liittyvät sääilmiöt ovat yleistyneet. Epävarmuus kasvaa, kun ilmasto muuttuu yhä epävakammaksi. Varautumisesta tulee entistä vaikeampaa, kun poukkoileva ilmastopolitiikka ruokkii epävarmuutta lisää. (HS17)

#### 4.2.4 Ilmastoratkaisu-kehys

Markkinavoimat vaikuttavat muuallakin, sillä ilmastomuutoksen hillintä etenee yritysten kautta. (HS17)

Kuten edellisestä viittauksesta käy ilmi, vastakohtana Ilmastouhka-kehykselle Ilmastoratkaisu-kehyksessä yritykset toimivat aktiivisesti ilmastomuutoksen hillitsemiseksi ja ovat olennainen osa ratkaisua. Kehykselle on ominaista vahva usko siihen, että talouskasvu ja ilmastomuutos eivät ole toisiaan poissulkevia tekijöitä. Talouskasvulla sen sijaan taataan teknologian kehitys ja tätä kautta uudet ratkaisut. Kehyksessä yritysten toimintaa motivoi aito halu olla mukana ongelmanratkaisussa ja ne tekevät päätöksiä oma-aloitteisesti: oman etunsa tavoittelun sijasta yritykset pyrkivät yhteiseen hyvään. Toimijoiden välille ei rakenneta kehyksessä vastakkainasettelua, vaan uutisissa korostuu me-henki, yhteisvastuu ja kaikille yhteinen tulevaisuus. Yritysten aktiivinen toiminta on ympäristön ja ilmaston etu.

Ilmastoratkaisu-kehyksessä äänessä ovat useimmiten yritysten ja poliittisen vallan edustajat. Yritysten aitoa halua auttaa kyseenalaistetaan vain vähän. Yritysten edustajat pääsevät useissa tapauksissa itse perustelemaan liiketoimintaansa ja kertomaan keksimistään innovaatioista:

Ritola on itse muutoksen ytimessä. Hän työskentelee perustamassaan Iris AI -keinoälyfirmassa, jonka lopullinen tavoite ei ole sen vähempää kuin ”vauhdittaa

tieteen kehitystä ja edesauttaa joidenkin maailman keskeisimpien ongelmien ratkaisua” – esimerkiksi syövän parantamista tai ilmastonmuutoksen hidastamista. (HS10)

Myös pikaruokaketju Hesburger on viime vuodesta lähtien hyvittänyt yhden hampurilaisen ja kahden tortillan hiilijalanjäljen. Hesburgerin varatoimitusjohtajan Jari Vuotin mukaan asiakkaat ovat ottaneet tuotteet positiivisesti vastaan, mutta ilmastoteoilla markkinointi ei ole vaikuttanut niiden myyntiin. (KL12)

Helsingin telakan rakentaman aluksen on tarkoitus laajentaa risteilytoimintaa myös tutkimuksen puolelle. Aluksen on tarkoitus toimia ”kestävän kehityksen laboratoriona”, joka osaltaan edistää puhtaan teknologian kehittämistä sekä ilmasto- ja meritutkimusta. Laivassa järjestetään myös ympäristöteknologian näyttelyjä, Peace Boatin Yoshioka suunnittelee. (HS25)

Yritysten oma-aloitteisuus ja aktiivisuus tulee kehyksessä usein ilmi konkreettisin esimerkein esimerkiksi siten, että niiden ilmastonmuutosstrategioita ja -toimia kuvaillaan yksityiskohtaisesti, kuten seuraavissa viittauksissa:

Teknologiayhtiö Dell helpottaa kierrättämistä vähentämällä tietokoneissaan liiman käyttöä. Moni sen laitteista on rakennettu moduuleista eli paikalleen loksahdettavista palikoista, mikä helpottaa laitteiden purkamista ja osien vaihtamista. Muoviosissa ja pakkauksissa yhtiö hyödyntää merestä kerättyä roskaa. ”Lisäksi olemme ottaneet laitteiden kierrätystoiminnot vastuullemme 83 maassa. Tarkoituksenamme on pidentää tuotteidemme elinikää ja tehdä siitä liiketoimintaa”, selittää Dellin Euroopan yritysvastuujohtaja Louise Koch. (HS28)

Yritys voi pienentää hiilijalanjälkeään tuotantoprosesseja ja kuljetusratkaisuja tehostamalla, kierrättämällä, rakentamalla energiatehokkaammin jne. Energiavaihtoehtoja avaa teknologia, joka tekee uusiutuvasta energiasta vuosi vuodelta edullisempaa. Vähähiilisten tuotteiden ja palvelujen kysynnän kasvaessa tarvitaan uudenlaista tutkimus- ja kehittämistoimintaa, innovointia ja tuotesuunnittelua. (KL7)

Kehyksessä tavoitteena on ratkaista ilmastonmuutos markkinalähtöisesti ja vaikka myös poliittinen valta pääsee kehyksessä jonkin verran ääneen, on säätelyn rooli kehyksessä kohtuullisen vähäinen. Poliittista säätelyä pidetään osin jopa markkinoita hidastavana tekijänä: toisaalta säätelyyn suhtaudutaan kuitenkin myös positiivisena vihreän talouden mahdollistajana ja markkinoiden sujuvoittajana:

Ilmastonmuutos etenee niin vauhdikkaasti, ettei regulaatio enää ehdi juuri edes hidastaa sitä. Hidastaminenkin onnistuu vain, jos siitä tulee kannattavaa bisnestä, sillä se ohjaa tehokkaimmin resursseja ilmastonmuutokseen vaikuttavien innovaatioiden kehittämiseen. (KL22)

Teollisuuspolitiikassa keskeistä on pitkäjänteisyys, osaamisen kehittäminen, työvoiman saatavuus, tutkimusrahoitus, aineettomat oikeudet, toimiva logistiikka, sujuvat lupakäytännöt, vakaat veroratkaisut ja kilpailukykyinen kustannustaso. Suomi elää osaamisesta. Sen vuoksi erityisesti lisäpanostukset tutkimukseen, kehitykseen ja innovaatioihin ovat välttämättömiä. (HS39)

Kuluttajat kuvataan kehyksessä osana ratkaisua, sillä ilman kysyntää ei ole myöskään tarjontaa. Kysyntä on tästä näkökulmasta merkittävä muutosvoima. Kuluttajien merkittävän roolin vuoksi heiltä toivotaan osassa uutisia vielä aiempaa enemmän aktiivisuutta. Seuraavissa lainauksissa käy ilmi erilaisia esimerkkejä kuluttajan roolista markkinoiden toisena osapuolena:

Asiakkaamme näyttävät esimerkillään, miten kiinteistöjen olosuhteita, energiatehokkuutta ja hiilijalanjälkeä voidaan kokonaisuutena parantaa. (KL19)

Dellin suurimmat asiakkaat eli yritykset ja julkinen sektori ostavat yleensä laitteet hinnan perusteella. Yksityiset kuluttajat painostavat yrityksiä toimimaan ympäristön kannalta vastuullisesti, mutta julkiselta sektorilta paine on vähäistä. (HS28)

”Kuluttajien on uskallettava kysyä ja tuoda esille, mitä haluamme ravintoloissa ja kaupoissa, ja yritysten on alettava miettiä, miten ilmastoystävällisempiä annoksia saadaan tuotua valikoimiin”, sanoo Lahti. (KL12)

#### 4.2.5 Ilmastouhka-kehys

Ilmastouhka-kehyksessä liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta tarkastellaan ilmastonmuutoksen näkökulmasta negatiivisena. Raha ja ahneus ovat liiketoimintaa ajava voima ja yritykset pyrkivät talouskasvuun ilmaston kustannuksella. Koska yritysten oletetaan toimivan oman etunsa ajamina, ratkaisuehdotuksena on usein tiukempi poliittinen säättely, jolla yritykset saadaan kuriin. Markkinat ovat kehyksessä vääristyneet niin, että ne eivät ota huomioon ilmastovaikutuksia ja täten talouskasvu ja ilmastonmuutos ovat ristiriidassa toistensa kanssa. Markkinoiden ei myöskään oleteta korjaantuvan ilman ulkopuolelta tulevaa painetta. Koska yritykset kuvataan kehyksessä ilmastonmuutoksen aiheuttajina, eivät sen hillitsijöinä, uskotaan säätelyn tai sidosryhmistä kumpuavan paineen olevan avain liiketoiminnasta syntyvien päästöjen

vähentämiseen. Painetta asettavat sekä poliittinen valta että yritysten muut sidosryhmät, kuten sijoittajat:

Kyse on globaaleista konserneista, jotka haluavat vain tienata. Poliittisilla päätöksillä voi estää niitä avaamasta seuraavan louhoksen ja tehdä sen päätöksen vielä kansalaisten enemmistön tukemana. (HS40)

Exxonille raportoinnin lisäämistä ehdotettiin ensi kerran vuosi sitten yhtiökokouksessa. Silloin 38 prosenttia osakkeenomistajista äänesti ehdotuksen puolesta. Exxonin entinen toimitusjohtaja, Yhdysvaltain nykyinen ulkoministeri Rex Tillerson on kyseenalaistanut ilmastonmuutoksen vaikutuksia ja on suhtautunut vähättelevästi päästövähennysten toteutumiseen. (KL10)

Vapaaehtoiset toimet eivät yksin riitä. Valtiolliset päätökset luovat varmuutta ilmastopolitiikkaan. Suurten maiden irtautuminen sovituista asioista luo epävarmuutta ja hidastaa investointeja. (HS17)

Ilmastouhka-kehyksessä liiketoiminnalla käsitetään yleensä jokin tietty tai jotkin tietyt teollisuudenalat, joita käsitellään homogeenisenä joukkona. Henkilöitymiä ei juuri esiinny ja eniten kyseenalaistetaan saastuttavimmat liiketoiminnan muodot, kuten hiili- ja kaivosteollisuus. Yrityksille annetaan harvoin puheenvuoroa tai mahdollisuutta tarjota aiheeseen toinen näkökulma. Äänessä ovat sen sijaan etenkin ympäristöjärjestöjen edustajat ja asiantuntijat, kuten seuraavissa lainauksissa:

Hänen [UNDP:n pääjohtaja Achim Steinerin] mukaansa maailman suurimmat ympäristöongelmat ovat oireita ”vakavista markkinahäiriöistä” tai ehkäpä jopa siitä, että koko maailmantalous perustui pitkään valheelle. (HS28)

”Saimme eilisiltana valmiiksi selvityksen, jonka mukaan 54 gigawatin edestä voimaloita oli jo rakenteilla, mutta ne pysäytettiin. Määrä vastaa Saksan koko kapasiteettia”, energia-asiantuntija Lauri Myllyvirta sanoo. Hän työskentelee ympäristöjärjestö Greenpeacele Pekingissä. (HS2)

Vaikka poliittinen valta on kehyksessä lähtökohtaisesti ratkaisu liiketoiminnasta aiheutuviin ilmasto-ongelmiin, nähdään esiintyy aineistossa myös uutisia, joissa poliittiset, liiketoimintaan liittyvät päätökset tuomitaan. Etenkin Venäjän ja USA:n kansallinen ilmastopolitiikka useissa uutisissa tulkitaan maailmanlaajuisia ympäristösopimuksia vastaan sotivina. Kehyksen perusteella Trump ja Putin suosivat valtioidensa taloutta ilmaston ja ympäristön kustannuksella. Kansantalouden



elvyttämiseen liittyvien intressien ei haluttaisi kehyksessä ylittävän maailmanlaajuisia, ilmastoon liittyviä intressejä:

Yhdysvaltojen arktinen politiikka siirtynee ympäristönsuojelusta kohti talouden painottamista. Odotetaan, että Trump pyrkii avaamaan Alaskan alueella Jäämeren uudelleen öljyn- ja kaasunporaukselle. (HS21)

Siinä missä presidentti Sauli Niinistö sanoi ilmastonmuutoksen olevan vakava uhka arktisille alueille, Putin arveli sen voivan tuoda mukanaan ”suosiolliset olosuhteet” alueen hyödyntämiseksi taloudellisiin tarkoituksiin. (HS16)

Trump tekee Pariisin sopimuksesta irtaantumisella identiteettipolitiikkaa. Trump ei mieti, miten sopimus palvelee eri maiden etuja, vaan sitä, että siitä eroamalla voi vedota niin sanottuun todelliseen Amerikkaan, Vihma sanoo. (HS53)

Ekonomisti Jeffrey Sachs kyseenalaisti erityisesti Norjan päätökset jatkaa ja laajentaa arktisen alueen öljyn- ja kaasuntuotantoa. Sachsin mukaan Pariisin ilmastopoliittisten tavoitteet eivät toteudu, jos fossiilisten polttoaineiden tuotantoa jatketaan arktisilla alueilla. ”Kansalliset intressit eivät voi määrätä globaalia politiikkaa”, hän sanoi. (HS3)

Kehyksessä esiintyy myös kotimainen esimerkki politiikan ja ilmaston ristiriidasta, kun Suomen hallituksen uskotaan pönkittävän metsätaloutta ilmaston kustannuksella. Seuraavat lainaukset ovat esimerkkejä hiilinielukiistan näkökulmasta, jonka mukaan poliittiset päätökset sabotoivat Suomen ilmastotavoitteita:

Tutkijoiden mukaan hallituksen biotaloussuunnitelmat eivät tuota nopeita ilmastohyötyjä, vaan Suomen kasvihuonekaasupäästöt voivat jopa kasvaa. (HS24)

Suomalaiset tutkijat ovat varsin yksimielisiä siitä, että hallituksen suunnitelmat lisäävät tuntuvasti metsien käyttöä kasvattavat Suomen kasvihuonekaasupäästöjä lähivuosikymmeninä ja voivat uhata metsäluonnon monimuotoisuutta, toteaa hallituksen asettama ilmastopoliittikan asiantuntijaryhmä. (HS23)

Kehyksessä liiketoiminnan ja ilmaston välinen vastakkainasettelu on silmiinpistävä, ja kompromissit ovat harvinaisia. Talouden ollessa kehyksessä suurin syypää ilmastonmuutokseen, vaaditaan siltä radikaalia muutosta ja suurempaa vastuunkantoa:

Me eurooppalaiset olemme Venäjän energian suurimpia kuluttajia ja siten osaltamme vastuussa ongelmista. Intressissämme onkin laajentaa energiasektorin vastuuta. Historia on osoittanut, etteivät kansainväliset öljy-

yhtiöt pysty tällaiseen muutokseen. Sen sijaan EU voisi siihen energiaunionin kautta yhteisesti pyrkien kyetä. (HS20)

Achim Steinerin mukaan maailmantalous ei voi enää toimia niin, että yksityisten yritysten omistajat käärivät voitot itselleen samalla, kun julkinen sektori maksaa niiden aiheuttaman laskun ympäristötuhoista ja terveysongelmista. (HS28)

#### 4.2.6 Kehysten vertailu

Vaikka tunnistamistani kehyksistä kaikki neljä esiintyvät aineistossa myös puhtaasti sellaisenaan, niiden väliset yhteydet ja päällekkäisyydet ovat huomattavasti yleisempiä yksittäisiä uutisia tarkastellessa. Tämä teki aineiston analysoinnista haastavaa mutta toisaalta kiehtovaa. Kehysten väliset yhteydet eivät myöskään ole suoraviivaisia, vaan joissakin uutisissa saattaa olla palasia useammastakin kehyksestä. Lähes jokaisesta uutisesta on kuitenkin tunnistettavissa pääkehys, jonka tukena tai vastinparina hyödynnetään jotakin muista kehyksistä. Yhdessä esiintyvien kehysten hahmottamiseksi olen luonut nelikentän, jossa käy ilmi miten uhat ja mahdollisuudet liiketoiminnan ja ilmastoon kannalta esiintyvät aineistossa rinnakkain (Taulukko 5).

Taulukko 5. Kehysten päällekkäisyys.

	<b>Ilmastouhka</b>	<b>Ilmastoratkaisu</b>
<b>Liiketoimintariski</b>	(a) Ilmastomuutos ja liiketoiminta kumpikin vaikuttavat toisiinsa negatiivisesti	(b) Ilmastomuutoksen hidastamiseksi liiketoimintaa vähennettävä ja hillittävä
<b>Liiketoimintamahdollisuus</b>	(c) Ahneus, oman edun ja taloudellisuuden tavoittelu ovat uhka ilmastolle	(d) Liiketoiminnan innovaatiot ovat sekä taloudellisesti kannattavia että tapoja hillitä ilmastomuutosta, win-win

Liiketoimintariski-Ilmastouhka -kehysyhdistelmä (a) on aineistossa harvinainen. Kuitenkin sen esiintyessä uutisissa tuodaan esiin sekä ilmastonmuutoksen ja siitä johtuvien yhteiskunnallisten muutosten negatiivinen vaikutus liiketoimintaan että liiketoiminnan negatiivinen vaikutus ilmastoon. Myöskään Liiketoimintariski-Ilmastoratkaisu -kehysyhdistelmää (b) ei juurikaan esiinny aineistossa. Tässä yhdistelmässä liiketoiminnan vähentäminen tai lopettaminen nähdään ratkaisevana tekijänä ilmaston kannalta, ja usein poliittisen säätelyn oletetaan olevan tähän ainut keino. Ilmaston elpymistä pidetään yhdistelmässä suotavana ja tästä seuraavia liiketoimintariskejä välttämättöminä. Ne kuitataan lyhyesti tai ilmaston näkökulmaa pidetään niin paljon liiketoiminnan näkökulmaa tärkeämpänä, että tappiot hyväksytään sellaisinaan. Yllättäen kehysyhdistelmässä ei käsitellä sitä vaihtoehtoa, että ilmastonmuutoksen hillintään liittyvät toimet olisivat positiivisia ilmaston kannalta mutta aiheuttaisivat yrityksille liiketoimintariskejä.

Ilmastouhka-kehysten esiintyessä yhdessä Liiketoimintamahdollisuus-kehysten kanssa liiketoimintaa ja sen aiheuttamia päästöjä tulkitaan ympäristölle ja ilmastolle haitallisena (c). Uutisissa korostetaan taloudellisten mahdollisuuksien ja yksittäisten ihmisten, yritysten tai kansallisten etujen ajamisen tapahtuvan ilmaston ja ympäristön kustannuksella. Yhdistelmä on haastava erottaa pelkästä Ilmastouhka-kehyksestä, jossa liiketoimintaa jo lähtökohtaisesti pidetään ilmastolle haitallisena. Kehysyhdistelmässä kuitenkin käsitellään liiketoimintamahdollisuuksia pelkkää Ilmastouhka-kehystä kattavammin.

Aineistossa ehdottomasti yleisin kehysyhdistelmä on Liiketoimintamahdollisuus-Ilmastoratkaisu, jolloin liiketoimintaa tulkitaan ilmaston kannalta positiivisena ja ilmastonmuutosta liiketoiminnallisten mahdollisuuksien näkökulmasta. Liiketoiminta nähdään siis aineistossa lähtökohtaisesti ilmaston kannalta positiivisena voimavarana ja ilmastonmuutoksen korostetaan tuovan uhkien lisäksi paljon mahdollisuuksia. Uutisissa korostetaan vihreän talouskasvun mahdollisuutta ja win-win -tilannetta ei kyseenalaisteta. Uutisissa keskitytään usein yritysten aktiivisiin toimiin ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi, kuten esimerkiksi uusiin tuoteinnovaatioihin. Kehysyhdistelmässä yritysten lähtökohtaisena tavoitteena on usein ilmastonmuutoksen hillitseminen. Vastuullisen liiketoiminnan oletetaan tällöin myös tuovan yrityksille

voittoja. Vaihtoehtoisesti kehysyhdistelmässä perustellaan innovaatioita ja talouskasvua kestävän kehityksen tai vastuullisen liiketoiminnan käsittein.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 5.1 Tulosten tulkinta ja tieteellinen kontribuutio

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kuvata liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen kehyksiä kotimaisessa uutismediassa. Jotta tutkimuksen tavoite täyttyisi, olen tarkastellut kahden kotimaisen uutismedian tapoja tulkita suhdetta ja muodostanut tulkintatavoista neljä erilaista kehystä. Aiemman tutkimuksen mukaan liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välinen suhde on molemminsuuntainen, ja osapuolten vaikutus toisiinsa on ristiriitainen. Aiheen monimutkaisuuden vuoksi liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisestä suhteesta ei ole olemassa yksiselitteistä tieteellistä teoriaa, vaan tutkimuksen tieteellinen viitekehys on muodostettu useita eri keskusteluita yhdistäen tarkoituksena korostaa osapuolten vastavuoroisuutta. Aineistosta tunnistamani kehykset tukevat tässä suhteessa aiempaa tieteellistä keskustelua, sillä aihetta lähestytään liiketoiminnan ja ilmaston näkökulmista sekä positiivisen että negatiivisen vaikutuksen kautta. Tässä luvussa käsittelen tutkimuksen kontribuutiota aiempaan tieteelliseen keskusteluun kolmen väitteen avulla, jotka muodostavat tutkimuksen johtopäätökset.

*Väite 1: Liiketoiminnan näkökulmasta tarkasteltuna kotimaisessa uutismediassa korostetaan riskien sijaan ilmastonmuutokseen liittyviä mahdollisuuksia.*

Vaikka ilmastonmuutos on yksi vakavimmista kriiseistämme (WWF 2017) on sitä mahdollista tarkastella myös liiketoiminnallisten mahdollisuuksien kautta (Hoffman 2005). Liiketoiminnan näkökulmasta tämä tarkoittaa sekä muuttuvan yhteiskunnan ja ympäristön asettamia paineita että ennennäkemättömiä mahdollisuuksia. Näkökulmaa aineistossa edustavat Liiketoimintariski- ja Liiketoimintamahdollisuus –kehykset. Ilmastonmuutoksen aiheuttamia liiketoimintamahdollisuuksia painotetaan aineistossa huomattavasti sen aiheuttamia riskejä enemmän. Kolkin ja Pinksen (2004) mukaan myös yrityksillä on tapana korostaa ilmastomahdollisuuksia uhkien sijaan. Tämän tutkimuksen mukaan kotimaisessa uutismediassa näkökulmaa edustavatkin yleensä yritysten edustajat sekä kansantaloudellisia etuja ajavat poliittiset toimijat.

Aineistossa uudenlaisia mahdollisuuksia edustavat uudet markkinat, työpaikkojen lisääntyminen, energiatehokkuuden kautta syntyvät säästöt sekä mielikuvan parantaminen sidosryhmien keskuudessa. Myös Hoffmanin (2005) mukaan tietyt tuotemarkkinat tarjoavat mahdollisuuksia hiilipäästöjen pienentämiseen ja suorituskyvyn parantamiseen. Elinkeinoelämän Keskusliiton (2018) mukaan uusilla ympäristöteknologioilla on valtava potentiaali ja Sullivan ym. (2009) toteavat päästöttömyyden avulla olevan mahdollista ansaita mainehyötyjä sidosryhmien keskuudessa. Näin ollen aineistossa esiintyvät liiketoimintamahdollisuudet saavat tukea aiemmasta tieteellisestä tutkimuksesta.

Liiketoimintariskinä aineistossa nähdään se, että ilmastonmuutoksen aiheuttamiin muutoksiin ei reagoida ollenkaan. Riskeistä puhuttaessa tuodaan esiin usein myös mahdollisuuksien näkökulma: ilmastonmuutokseen reagoinnin oletetaan yksiselitteisesti tuovan mukanaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia yrityksille. Ilmastotoimien aiheuttamia mahdollisia taloudellisia tappioita ei käsitellä aineistossa. Löydös on vastakkainen Boiralin ym. (2012) näkemykselle siitä, että ilmastotoimien uskotaan aiheuttavan voittojen sijaan taloudellisia tappioita sekä Hoffmanin (2005) väitteelle siitä, ettei luonnonsuojelua perinteisesti nähdä yrityksissä kannattavana.

Aitoja ilmastonmuutoksen aiheuttamia liiketoimintariskejä oletetaan aineistossa olevan muuttuva ilmasto, poliittinen säätely, kuluttajien muuttuneet arvot sekä sijoitusten huoli yritysten kohtaamista ilmastoriskeistä. Tutkimustulos saa tukea aiemmasta kirjallisuudesta, sillä sekä muuttuvan ilmasto, säätelyn että yhteiskunnan muuttuvien arvojen ja asenteiden oletetaan asettavan yrityksille muutospaineita. Aineistossa teemoista korostuu muuttuvan ilmaston asettamat haasteet sekä sijoittajien painostus läpinäkyvyyteen sekä kattavampaan raportointiin ilmastonmuutoksen aiheuttamista liiketoimintariskeistä. Muuttuvan ilmaston aiheuttamia muutoksia käsitellään aineistossa etenkin maanviljelyn näkökulmasta. Maatalous onkin yksi ilmastoherkimmistä toimialoista (Burton ym., 2006). Sijoittajien roolia painotetaan myös aiemmassa tutkimuksessa: Mattisonin ym. (2010) mukaan sijoitusten ollessa alttiita liiketoiminnan aiheuttamille ympäristövahingoille yhä suurempi osa sijoittajista ottaa päätöksenteossaan huomioon myös ympäristöön liittyviä, yhteiskunnallisia sekä hallinnollisia tekijöitä.

Elinkeinoelämän valtuuskunta EVAn mukaan suomalaisten luottamus liiketoiminnan ilmastotoimiin on laskenut vuodesta 2003 (EVA 2018c). Myös Heikkisen (2017) mukaan Suomessa arvostetaan ympäristöä ja ilmastonmuutoksesta ollaan huolissaan. Kuluttajien liiketoiminnalle asettama paine on aineistossa kuitenkin ristiriitainen, sillä vihreiden arvojen lisäksi uutisissa käsitellään hedonismia ja halvalla saa –asennetta sekä kuluttajien epäaktiivista roolia markkinoiden toisena osapuolena. Tutkimuksen perusteella kuluttajat eivät siis kaikissa tilanteissa vaadi aiempaa vastuullisempaa yritystoimintaa.

Aineistossa viitataan sekä Suomen sisäisiin että kansainvälisiin poliittisiin liiketoimintaan vaikuttaviin päätöksiin, joista etenkin vuonna 2015 solmittu Pariisin sopimus mainitaan useasti. Kolk ja Pinkse (2004) toteavat päästösääntelylle herkimpien teollisuudenalojen, kuten öljy- kaivos- ja metalliteollisuuden tulkitsevan säätelyn liiketoimintariskinä. Aineistossa liiketoimintariskien näkökulma ei kuitenkaan korostu näillä toimialoilla, sillä niitä tulkitaan yksinomaan ilmastouhkien näkökulmasta. Sen sijaan aineistossa korostuu säätelyn merkitys autoteollisuudelle, jolle asetetaan lähivuosina aiempaa huomattavasti tiukempia päästörajoitteita. Fossiiliset polttoaineet tullaankin enenevässä määrin korvaamaan uusiutuvilla energianlähteillä (Howard-Grenville ym., 2014).

Liiketoiminnan mullistuessa ilmastonmuutoksen myötä yritysten täytyy sopeutua uudenlaiseen toimintaympäristöön. Pinksen ja Kolkin (2012) mukaan yhä useammat yritykset ymmärtävät nykyään sopeutumisen tarpeellisuuden ja aihetta käsitelläänkin aineistossa jonkin verran. Aineistossa sopeutumista käsitellään Ilmastouhka-kehyksessä ja sopeutumiskeinoina ehdotetaan muun muassa uutta liiketoimintaa, tutkimustietoa sekä uudenlaista ilmastopolitiikkaa. Toimia kuvataan lyhyesti eikä niihin paneuduta tarkemmin. Vaikka Berkhoutin ym. (2006) mukaan sopeutumistoimet johtuvat yleensä ilmastonmuutoksen epäsuorista vaikutuksista, aineistossa korostuu ilmastonmuutoksen aiheuttamiin luonnonilmiöihin sopeutuminen.

*Väite 2: Ilmastonmuutoksen näkökulmasta tarkasteltuna kotimaisessa uutismediassa liiketoiminnan esitetään olevan sekä ilmastonmuutoksen aiheuttaja että sen ratkaisija.*

Ilmaston kannalta tulkittuna liiketoimintaa tarkastellaan tasapuolisesti sekä aiheuttajan että ratkaisijan näkökulmasta. Kehyksistä näkemyksiä edustavat Ilmastouhka ja Ilmastoratkaisu. Toisaalta liiketoiminnan aiheuttamat päästöt nähdään yhtenä suurimmista ilmastonmuutoksen aiheuttajana, joiden lisääntymistä politiikan täytyy hallita: toisaalta yritysten ponnistelut ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi esimerkiksi uusien innovaatioiden on teema, joka esiintyy aineistossa tiheään. Löydös saa tukea Boiralin (2012, 498) toteamuksesta, jonka mukaan liiketoiminta on samanaikaisesti sekä osa ongelmaa että avaintekijä sen ratkaisemisessa.

Ilmastouhka-kehyksessä liiketoiminta nähdään yksinomaan ilmastonmuutoksen aiheuttajana. Ratkaisuna liiketoiminnan aiheuttamille päästöille pidetään poliittista säätelyä ja väkipakkoa, joita ilman liiketoiminta ei pysty muuttumaan. Näkökulma saa tukea esimerkiksi Hahnilta ym. (2010, 394) Sullivanilta (2008) ja Bansalilta (2005, 31 – 32) joiden mukaan ulkoista säätelyä tarvitaan, jotta yhteiskunnan todellisiin tarpeisiin voitaisiin aidosti vastata.

Yritysten toimintaa kehyksessä on mahdollista verrata reaktiiviseen ilmastonmuutosstrategiaan, jota toteuttavat yritykset Kolkin ja Pinksen (2004) mukaan kieltävät vastuunsa ja jonka taustalla on Berrang-Fordin ym. (2010) mukaan yleensä lyhyen aikavälin motiiveja. Näitä motiiveja oletetaan kehyksessä olevan sekä yritysten että valtioiden voittojen tavoittelu, jota pidetään paheksuttavana. Osassa uutisista esiin nostetaan myös yritysten taipumus viherpesuun. Myös Sullivanin ym. (2008) mukaan yritysten päätöksenteko nojaa lähinnä taloudellisuuteen ja Elinkeinoelämän keskusliiton EK ry:n mukaan suomalaiset yritykset tavoittelevat päästövähennyksiä silloin, kun taloudelliset hyödyt ovat taattuina. Kehyksessä äänessä ovat lähinnä ympäristöjärjestöt sekä erilaiset asiantuntijat. Ympäristöjärjestöjen valta onkin Carpenterin (2001, 319) kasvanut jatkuvasti ja ne pyrkivät osallistumaan keskusteluun juurikin median kautta.

Toisaalta aineistossa esiintyy vahvana myös näkökulma, jonka mukaan liiketoiminnan avulla etsitään aktiivisesti ratkaisuja ilmasto-ongelmaan ja sitä pyritään kaikin keinoin hillitsemään. Näkökulma kulminoituu Ilmastoratkaisu-kehyksessä. Aineistossa esiintyvät hillinnän keinot noudattavat Sullivanin ym. (2008) luokittelua, johon kuuluu pääoman allokointi esimerkiksi puhtaisiin energianlähteisiin, uusien teknologioiden ja innovaatioiden kehittäminen sekä ilmastopolitiikkaan vaikuttaminen. Näistä aineistossa



korostuu etenkin uusien teknologioiden ja innovaatioiden kehittäminen. Aineistossa korostetaan toimien taustalla olevaa aitoa halua auttaa ja olla ratkaisemassa globaaleja ongelmia. Arvoperustaista motivaatiota korostavat myös Boiral ym. (2012), jonka mukaan se on tärkeä tekijä yritysten ympäristötoimiin liittyvissä päätöksissä sekä Ihlen (2009), jonka mukaan yhteiskunnallisen hyödyn ymmärtäminen pelkän talousajattelun sijasta vaikuttaa positiivisesti ilmastotoimien onnistumiseen.

Ilmastoratkaisu-kehyksessä yritykset noudattavat proaktiivista strategiaa, eli ne varautuvat muutoksiin jo ennalta (Kolk & Pinkse 2004). Berrang-Fordin ym. (2010) mukaan toimenpiteet suuntautuvat tällöin pitkän aikavälin aktiviteetteihin, kuten tarkkailuun, tietoisuuden levittämiseen, yhteistyöhön, tutkimukseen ja ilmastomuutoksen vaikutuksiin valmistautumiseen. Aineistossa esiintyviä konkreettisia ilmastomuutosstrategioista mainitaan esimerkiksi tuotantoprosessien ja kuljetusratkaisujen tehostaminen, kierrätys, energiatehokkaampi rakentaminen, tutkimus- ja kehittämistoiminta, innovointi ja tuotesuunnittelu. Proaktiivisten strategioiden oletetaan kehyksessä olevan myös taloudellisesti kannattavia. Myös Aragón-Correan ja Sharman (2003) mukaan proaktiivisten strategioiden avulla voi saavuttaa kilpailuetuja muihin yrityksiin verrattuna.

*Väite 3: Kotimaisessa uutismediassa esiintyvässä keskustelussa liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välinen suhde esitetään yksinkertaistusti etenkin win-win -puhetta korostaen.*

Heikkisen (2014, 48) mukaan win-win -logiikka, joka kuvastaa liiketoiminnan ja ilmaston yhteisvoittoa, on alkanut hallita aiheeseen liittyviä keskusteluja. Myös tämä tutkimus tukee väitettä, sillä win-win -puheesta koostuva Ilmastoratkaisu-Liiketoimintamahdollisuus -yhdistelmä on aineistossa kehysyhdistelmistä yleisin. Win-win -logiikkaa perustellaan aineistossa kestävä kehityksen tai vastuullisen liiketoiminnan käsittein, jolloin vihreän ja ilmastolle haitattoman talouskasvun mahdollisuutta ei kyseenalaisteta. Aineistossa korostuu positiivinen usko tulevaan, ja myös niissä uutisissa, joissa liiketoiminnan ei uskota itse pystyvän muutokseen, uskotaan poliittisen säätelyn ratkaisevan liiallisen talouskasvun ongelman. Aineistossa esiintyy ainoastaan yksi uutinen, jonka perusteella peli on jo menetetty ja hillinnän uskotaan olevan liian myöhäistä (KL1).

Kuitenkin aiemman teorian mukaan liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välisen suhteen todellinen luonne on edelleen epäselvä. Esimerkiksi Slawinski ym. (2017, 5), Bansal (2005, 26) ja Kallio & Nordberg (2006, 452) korostavat yritysten ympäristöön liittyvien toimenpiteiden olevan todellisuudessa usein riittämättömiä. Näkökulma jää win-win -puheessa myös tämän tutkimuksen perusteella kokonaan huomiotta. Win-win -puheen lisäksi monet muutkin kehykset jäävät aineistossa yksipuoliseksi, eikä suhteen monipuolisuutta kuvata yksittäisissä uutisissa lähes ollenkaan. Neutraaleja näkökulmia ei juurikaan esiinny: sen sijaan suhdetta kuvataan suunnasta tai toisesta negatiivisena muiden näkökulmien jäädessä vaille huomiota.

Aineiston perusteella kotimaiselle uutismedialle on tyypillistä esittää osin yksipuolisia kehyksiä tai niiden yhdistelmiä totuuksina, joissa suhteen kokonaisvaltaisuus ja monimutkaisuus jää huomiotta. Kauppalehden artikkelit ovat Helsingin Sanomien uutisia lyhyempiä, ja kehykset esiintyvät siellä yksinkertaistetummin. Helsingin Sanomissa päällekkäisyyttä on enemmän, mutta kokonaiskuva jää silti tämän tutkimuksen viitekehyksen puitteissa puutteelliseksi. Epävarmuus tulevasta tulee vain harvassa uutisessa esiin, ja ratkaisuiksi ehdotetaan usein yksilotteisia toimia, joiden todellisesta onnistumisesta ei ole varmaa tietoa. Kompleksista suhdetta ja sen useita toimijoita käsitellään vain harvoin kokonaisuutena, jossa kaikki voivat antaa oman panoksensa ilmastonmuutoksen vastaiseen taisteluun. Sen sijaan toimijoiden välille rakennetaan vastakkainasettelua, ja syypääksi tai ratkaisijaksi ehdotetaan usein vain yhtä toimijaa. Suhteen pelkistämisestä johtuen sitä tulkitaan yleensä joko molempien osapuolten yhteisvoittona tai nollasummapelinä, jossa toisen toimijan voitto on aina toisen häviö.

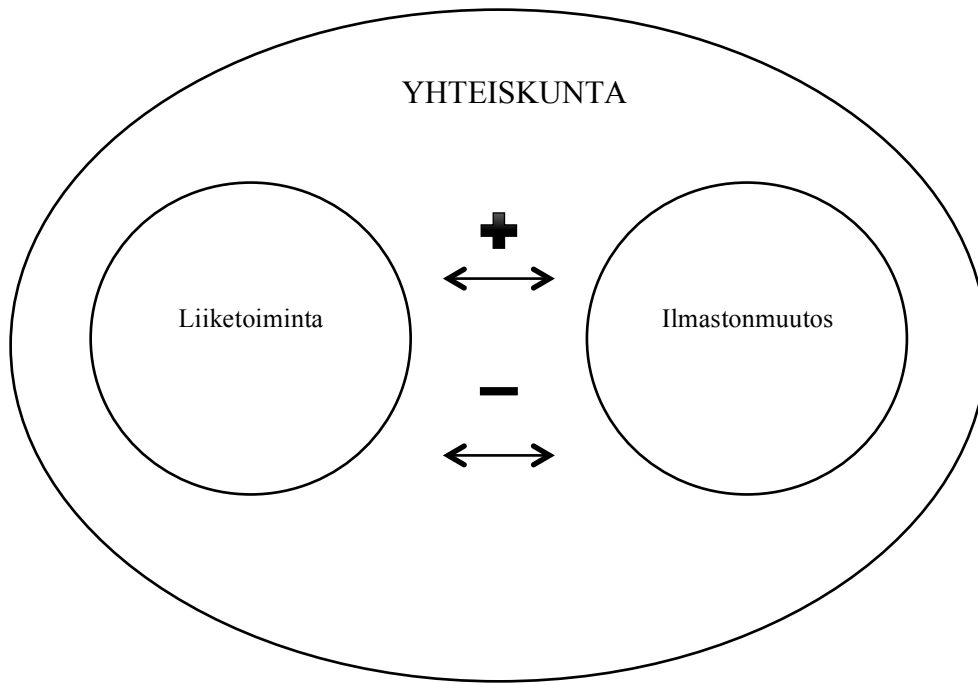
## **5.2 Tutkimuksen käytännön merkitys**

Medialla ja sen tavalla uutisoida aiheista on suuri vaikutus yhteiskuntaan ja sen toimintoihin. Ympäristöön liittyvällä medianäkyvyydellä on huomattu olevan vaikutusta yritysten omaan käyttäytymiseen (Bansal 2005, 3) sekä lukijoiden näkemykseen ilmastonmuutoksesta ja siihen liittyvään käyttäytymiseen (Happer ym. 2016). Tämän tutkimuksen mukaan kehykset ovat yksittäisissä uutisissa yleensä yksinkertaistettuja

eivätkä eri kehykset ole toistensa kanssa samanarvoisia. Vaikka yksittäiset mediatekstit muodostavat yhdessä laajemman kokonaisuuden (Väliaverron 1996, 91), lukijat valikoivat niistä omia näkökulmiaan tukevia ja välttelevät vastakkaisia näkemyksiä käsitteleviä uutisia (Kahan ym. 2007). Näin ollen kehyksistä vain osa saattaa välittyä lukijalle ja kokonaiskuva jäädä puutteelliseksi. Eri lukijoilla saattaa olla myös eri toimijoiden merkityksestä erilaisia näkemyksiä, sillä toimijat esiintyvät hyvin erilaisissa rooleissa eri kehyksissä.

Uutisoinnin tiheys on olennainen tekijä, joka vaikuttaa tulkintoihin aiheen tärkeydestä (Happer ym., 2016). Kehyksistä kaikista vähiten aineistossa esiintyy Liiketoimintariski, jolloin liiketoiminta asema ilmastonmuutoksen uhrina sen ratkaisijan sijaan jää vähälle huomiolle. Edelmanin luottamusbarometrin (2018) mukaan luottamus menestyneisiin yrittäjiin ja yritysjohtajiin sekä teknisiin ja taloudellisiin asiantuntijoihin on kasvanut. Koska tiettyihin toimijoihin luotetaan toisia enemmän, on mahdollista, että tietyt kehykset omaksutaan toisia helpommin. Yritysnäkökulma korostuu erityisesti Ilmastomahdollisuus- sekä Liiketoimintamahdollisuus-kehyksessä ja asiantuntijat ovat eniten äänessä Ilmastouhka-kehyksessä. Myös tässä tapauksessa Liiketoimintariski-kehys jää muille kehyksille alisteiseksi. Laajemmasta mittakaavasta tarkasteltuna liiketoimintariskit voivat kuitenkin johtaa vakaviin globaaleihin ongelmiin, jonka takia näkökulmaa ei pitäisi sivuuttaa. Win-win -puheen ollessa yhä yleisempää ilmastonmuutoksen aiheuttamat uhkakuvat saattavat taas vaikuttaa todellista pienemmiltä eikä toimeen kenties tartuta tarpeeksi aktiiviseksi.

Mediassa esitetäänkin faktojen sijaan totuusväittämiä joita värittävät journalistien omat ideologiset aatteet (Carvalho 2007, 223-225). Tutkimuksen voidaan tulkita heijastavan tämänhetkisiä suomalaisia arvoja ja asenteita liiketoiminnan ja ilmastonmuutoksen välistä suhdetta kohtaan, sillä median tuottamien kehysten tulee olla yhteydessä yhteiskunnan normien kanssa (Allen 2017). Vaikka yksittäisten uutisen näkökulma on usein puutteellinen, kokonaisuutena aineistosta on mahdollista löytää paljon yhteyksiä tutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen. Kuviossa 7 esitän oman tulkintani aiheesta, jonka olisi olisi suotavaa tulla esiin selvemmin myös yksittäisissä uutisissa.



Kuvio 7. Liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen molemminsuuntainen suhde yhteiskuntakontekstissa.

Tutkimus tuo uudenlaista näkemystä liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen yhteyttä tulkitsevaan tutkimusperinteeseen, jossa suhdetta tulkitaan usein yksinkertaisista oletuksista käsin. Tutkimus myös kasvattaa ymmärrystä kehyksistä, joiden avulla aiheita tulkitaan kotimaisessa uutismediassa ja todennäköisesti myös laajemminkin yhteiskunnassa. Mitä paremmin kehyksiä ja niiden taustalla piileviä oletuksia, ideologioita ja taustoja ymmärtää, sitä helpompi niitä on tulkita mahdollisimman objektiivisesti.

## 5.4 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkielmani tavoitteena on tunnistaa kotimaisen uutismedian hyödyntämiä kehyksiä liiketoiminnan ja ilmastomuutoksen välisestä suhteesta. Kyseessä on laadullinen tutkimus, jonka takia siinä keskitytään määrän sijaan merkityksiin. Tulokset ovat näin ollen luonteeltaan kuvaavia, eikä tarkoituksena ole selvittää eksakteja syy-seuraussuhteita.

Koska laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofia perustuu kokonaisvaltaisuuteen ja tilannesidonnaisuuteen ja merkityksiä tulkitaan näistä lähtökohdista, ovat laadullisen tutkimuksen aineistot usein suhteellisen pieniä (Ronkainen ym., 2011). Oma aineistoni koostuu 84:sta uutisesta, joten aineistoa on kohtuullisen paljon. Kyseessä on kuitenkin vain kaksi uutismediaa, eikä tarkoituksena ole verrata uutisia yritysten todellisiin toimiin tai omiin raportteihin ja tiedotteisiin. En ole myöskään analysoinut uutisissa esiintyviä kuvia tai kommentteja. Myös muut mediat on rajattu tutkimuksen ulkopuolelle. Jatkotutkimusmahdollisuutena onkin syvällisempi analyysi uutisista ja niiden herättämästä keskustelusta kuvia ja kommenttiosioita tutkimalla. Monipuolisuutta lisäisi myös aiheen tutkiminen muissa medioissa, kuten televisiossa, radiossa ja sosiaalisessa mediassa.

Tutkimusta ei ole toteutettu lukijan näkökulmasta, vaan kehyksiä tarkastellaan puhtaasti uutisten perusteella. Jokainen kuitenkin tulkitsee uutisia omista lähtökohdistaan käsin, joten koostamani kehykset saattavat poiketa siitä, miten joku muu ne saattaisi muodostaa. Lukijan näkökulman tarkastelu tarjoaisi mielenkiintoisen jatkotutkimusmahdollisuuden tutkimukseen. Myös journalistien tarkoituksperiä voisi syventää esimerkiksi haastattelun keinoin. Keräämääni aineistoa tullaankin hyödyntämään tulevassa ilmastonmuutosdiskurssitutkimuksessa, jossa aiheeseen on mahdollista saada vielä lisää syvyyttä ja monikanavaisuutta. Ilmastonmuutoksen ja liiketoiminnan välinen suhde on aiheena ajankohtainen ja mielipiteitä suuntaan ja toiseen herättävä. Teemaa on mahdollista ja koko yhteiskunnan kannalta hedelmällistä tutkia mitä useammilla tieteenaloilla, mitä moninaisemmissa tutkimuksellisissa konteksteissa. Vastakkainasettelujen sijaan kokonaisuuden ymmärtäminen ja uusien näkökulmien avaaminen niiden rajaamisen sijaan voi olla oleellinen osatekijä ilmastonmuutoksen vastaisessa taistelussa.

## LÄHTEET

- Afsar, B., Badir, Y., & Kiani, U. S. (2016). Linking spiritual leadership and employee pro-environmental behavior: The influence of workplace spirituality, intrinsic motivation, and environmental passion. *Journal of Environmental Psychology*, 45, 79-88.
- Allen, M. (2017). *The sage encyclopedia of communication research methods* (Vols. 1-4). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd doi: 10.4135/9781483381411
- Aragón-Correa, J. A., & Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of management review*, 28(1), 71-88.
- Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic management journal*, 26(3), 197-218.
- Bansal, P., & Song, H. C. (2017). Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105-149.
- Berkhout, F., Hertin, J., & Gann, D. M. (2006). Learning to adapt: organizational adaptation to climate change impacts. *Climatic change*, 78(1), 135-156.
- Berrang-Ford, L., Ford, J. D., & Paterson, J. (2011). Are we adapting to climate change?. *Global environmental change*, 21(1), 25-33.
- Boiral, Olivier, Jean-François Henri, and David Talbot. (2012). Modeling the impacts of corporate commitment on climate change. *Business Strategy and the Environment* 21: 495–516
- Bowen, H. R.: 1953, *Social Responsibilities of the Businessman* (Harper & Row, New York).
- Boyd, B., Henning, N., Reyna, E., Wang, D., Welch, M., & Hoffman, A. J. (2017). *Hybrid organizations: New business models for environmental leadership*. Routledge.
- Broome, A. (2014). *Issues and actors in the global political economy*. Palgrave Macmillan.
- Burton, I., Diringer, E., & Smith, J. (2006). *Adaptation to climate change: international policy options*. Arlington, VA: Pew Center on Global Climate Change.
- Carpenter, C. (2001). Businesses, green groups and the media: the role of non governmental organizations in the climate change debate. *International Affairs*, 77(2), 313-328.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Carvalho, A. (2007). Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge: re-reading news on climate change. *Public understanding of science*, 16(2), 223-243.
- Carvalho, A., & Burgess, J. (2005). Cultural circuits of climate change in UK broadsheet newspapers, 1985–2003. *Risk analysis*, 25(6), 1457-1469.
- Clark, B., & York, R. (2005). Carbon metabolism: Global capitalism, climate change, and the biospheric rift. *Theory and society*, 34(4), 391-428.

- Collins, C. M., Steg, L., & Koning, M. A. (2007). Customers' values, beliefs on sustainable corporate performance, and buying behavior. *Psychology & Marketing*, 24(6), 555-577.
- Cotter, J., & Najah, M. M. (2012). Institutional investor influence on global climate change disclosure practices. *Australian journal of management*, 37(2), 169-187.
- Creed, W. D., Langstraat, J. A., & Scully, M. A. (2002). A picture of the frame: Frame analysis as technique and as politics. *Organizational research methods*, 5(1), 34-55.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.
- Dunn S. 2002. Down to business on climate change – an overview of corporate strategies. *Greener Management International* 39(Autumn): 27–41.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business strategy and the environment*, 11(2), 130-141.
- Edelmanin luottamusbarometri (2018). <https://www.edelman.com/trust-barometer> (Luettu 1.6.2018).
- Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry (2017). <https://ek.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2017/09/15/ilmastobisnes-valtavirtaistuu-jo-kolmannes-pk-yrityksista-liikkeella-ilmastonmuutoksen-torjunnassa/> (Luettu 28.5.2018).
- Elinkeinoelämän Keskusliitto EK ry (2018). <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/cleantech-suomessa/> (Luettu 26.3.2018).
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative methods in business research*. Los Angeles, [Calif.] ; London: SAGE.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- EVA (2018a). Mitä EVA tekee? <https://www.eva.fi/mita-eva-tekee/> (Luettu 5.5.2018).
- EVA (2018b). EVAn Arvopankki: Ilmastonmuutos on aikamme suurin ympäristöuhka, jonka torjumiseksi on nopeasti ryhdyttävä tehokkaisiin toimiin kaikissa maissa. <https://www.eva.fi/arvopankki/perusnakyma.php?q=8> (Luettu 5.5.2018).
- EVA (2018c). EVAn arvopankki: Suomalainen teollisuus ja elinkeinoelämä toimii nykyisin ympäristöasioissa vastuullisesti. <https://www.eva.fi/arvopankki/perusnakyma.php?q=153> (Luettu 5.5.2018).
- FIBS ry (2015). Historia: Suomen yritys vastuun pioneeri. <http://www.fibsry.fi/fi/fibs/historia> (Luettu 23.5.2018).
- FIBS ry (2017). Uutishuone: Valtaosa yrityksistä pitää YK:n kestävän kehityksen tavoitteita liiketoimintansa kannalta olennaisina - mutta ei liiketoimintamahdollisuutena. <http://www.fibsry.fi/fi/uutishuone#/pressreleases/valtaosa-yrityksista-pitaae-yk-n-kestaevaen-kehityksen-tavoitteita-liiketoimintansa-kannalta-olennaisina-mutta-ei-liiketoimintamahdollisuutena-2125157> (Luettu 23.5.2018).
- Füssel, H. M. (2007). Adaptation planning for climate change: concepts, assessment approaches, and key lessons. *Sustainability science*, 2(2), 265-275.
- Gamson, W. A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual review of sociology*, 18(1), 373-393.
- Gamson, W. A., & Lasch, K. E. (1983). "The Political Culture of Social Welfare Policy". *Evaluating the welfare state: Social and political perspectives*, 397-415.

- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology*, 95(1), 1-37.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of business ethics*, 53(1-2), 51-71.
- González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2006). A review of determinant factors of environmental proactivity. *Business Strategy and the environment*, 15(2), 87-102.
- Haavisto, I., & Kiljunen, P. (2011). Maailman paras maa. EVA:n kansallinen arvo- ja asennetutkimus 2011. *Helsinki: Taloustieto Oy*.
- Hahn, T., Kolk, A., & Winn, M. (2010). A new future for business? Rethinking management theory and business strategy. *Business & Society*, 49(3), 385-401.
- Hakanen, M. (1999). *Yhdyskuntien ekologisesti kestävä kehityksen arviointi, kriteerit ja mittaaminen*. Suomen kuntaliitto.
- Happer, C., & Philo, G. (2016). New approaches to understanding the role of the news media in the formation of public attitudes and behaviours on climate change. *European Journal of Communication*, 31(2), 136-151.
- Heikkinen, A. (2017). Business Climate Change Engagement: Stakeholder Collaboration in Multi-stakeholder Networks. In *Stakeholder Engagement: Clinical Research Cases* (pp. 231-253). Springer, Cham
- Hendry, J. R. (2006). Taking aim at business: What factors lead environmental non-governmental organizations to target particular firms?. *Business & Society*, 45(1), 47-86.
- Hertin, J., Berkhout, F., Delaney, K., and Arnell, N.: 2002, Business and climate change: measuring and enhancing adaptive capacity, Progress report: Preliminary results from the house building and water sector, SPRU/Tyndall Centre for Climate Change Research, Brighton.
- Hoffman, A. J. (2005). Climate change strategy: The business logic behind voluntary greenhouse gas reductions. *California Management Review*, 47(3), 21-46.
- Hoffman, A. J. (2006). *Getting ahead of the curve: Corporate strategies that address climate change* (pp. 21-51). Arlington, VA: Pew Center on Global Climate Change.
- Howard-Grenville, J., Buckle, S. J., Hoskins, B. J., & George, G. (2014). Climate change and management. *Academy of Management Journal*, 57(3), 615-623.
- Ihlen, Ø. (2009). Business and climate change: the climate response of the world's 30 largest corporations. *Environmental Communication*, 3(2), 244-262.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (2007). Fourth assessment report: climate change 2007. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Jones, C. A., & Levy, D. L. (2007). North American business strategies towards climate change. *European Management Journal*, 25(6), 428-440.
- Kahan, DM, Braman, D, Slovic, P. (2007) The second national risk and culture study: Making sense of – And making progress in – The American Culture War of Fact. GWU Legal Studies Research Paper No. 370. New Haven, CT: Yale Law School.
- Kahilainen, J. (2000). Kohti kestävää verkostoyhteiskuntaa. Kestävä kehitys ja tietoyhteiskunta.
- Kallio, T. J., & Nordberg, P. (2006). The evolution of organizations and natural environment discourse: Some critical remarks. *Organization & Environment*, 19(4), 439-457.



- King, B. G., & Whetten, D. A. (2008). Rethinking the relationship between reputation and legitimacy: A social actor conceptualization. *Corporate Reputation Review*, 11(3), 192-207.
- Kolk, A., & Mauser, A. (2002). The evolution of environmental management: from stage models to performance evaluation. *Business strategy and the environment*, 11(1), 14-31.
- Kolk, A., & Pinkse, J. (2004). Market strategies for climate change. *European management journal*, 22(3), 304-314.
- Kolk, A., & Pinkse, J. (2005). Business responses to climate change: identifying emergent strategies. *California Management Review*, 47(3), 6-20.
- Kolk, A., Pinkse, J., 2007. Towards strategic stakeholder management? Integrating perspectives on sustainability challenges such as corporate responses to climate change. *Corp. Gov.* 7 (4), 370-378.
- Lecocq, F., & Shalizi, Z. (2007). Balancing expenditures on mitigation of and adaptation to climate change: an exploration of issues relevant to developing countries.
- Lee, S.Y., 2012. Corporate carbon strategies in responding to climate change. *Bus. Strategy Environ.* 21, 33-48.
- Levy, D. L., & Kolk, A. (2002). Strategic responses to global climate change: Conflicting pressures on multinationals in the oil industry. *Business and Politics*, 4(3), 275-300.
- Linnenluecke, M., & Griffiths, A. (2010). Beyond adaptation: resilience for business in light of climate change and weather extremes. *Business & Society*, 49(3), 477-511.
- Lyakhov, A., & Gliedt, T. (2017). Understanding Collaborative Value Creation by Environmental Nonprofit and Renewable Energy Business Partnerships. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28(4), 1448-1472.
- Marsicek, J., Shuman, B. N., Bartlein, P. J., Shafer, S. L., & Brewer, S. (2018). Reconciling divergent trends and millennial variations in Holocene temperatures. *Nature*, 554(7690), 92.
- Mattison, R., Trevitt, M., van Ast, L., Gifford, J., Mnatsakanian, N., Watson, O., ... & Bacani, B. (2010). Universal ownership: Why environmental externalities matter to institutional investors. *UNEP Finance Initiative/PRI Association*.
- Nelson, G. C., Valin, H., Sands, R. D., Havlík, P., Ahammad, H., Deryng, D., ... & Kyle, P. (2014). Climate change effects on agriculture: Economic responses to biophysical shocks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(9), 3274-3279.
- Okereke, C., Wittneben, B., & Bowen, F. (2012). Climate change: Challenging business, transforming politics. *Business & Society*, 51(1), 7-30.
- Palmer, M. A., Reidy Liermann, C. A., Nilsson, C., Flörke, M., Alcamo, J., Lake, P. S., & Bond, N. (2008). Climate change and the world's river basins: anticipating management options. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 6(2), 81-89.
- Paul, A., Lang, J. W., & Baumgartner, R. J. (2017). A multilevel approach for assessing business strategies on climate change. *Journal of cleaner production*, 160, 50-70.
- Pinkse, J., & Kolk, A. (2012). Addressing the climate change—sustainable development nexus: The role of multistakeholder partnerships. *Business & Society*, 51(1), 176-210.
- Puroila, A-M. (2002) Kohtaamisia päiväkotiarjessa. Kehysanalyttinen näkökulma päiväkotityöhön. Oulu: Acta Universitatis Ouluensis E51.

- Redclift, M. (2005). Sustainable development (1987–2005): an oxymoron comes of age. *Sustainable development*, 13(4), 212–227.
- Reese, S. D., Gandy Jr, O. H., & Grant, A. E. (2001). Prologue—Framing public life: A bridging model for media research. In *Framing public life* (pp. 23–48). Routledge.
- Robertson, J. L., & Barling, J. (2013). Greening organizations through leaders' influence on employees' pro-environmental behaviors. *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 176–194.
- Ronkainen, S. (2011). *Tutkimuksen voimasanat*. Helsinki: WSOYpro.
- Scheffer, M., Carpenter, S., Foley, J. A., Folke, C., & Walker, B. (2001). Catastrophic shifts in ecosystems. *Nature*, 413(6856), 591.
- Scherer, A. G., Palazzo, G., & Seidl, D. (2013). Managing legitimacy in complex and heterogeneous environments: Sustainable development in a globalized world. *Journal of Management Studies*, 50(2), 259–284.
- Schäfer, M. S., & Schlichting, I. (2014). Media representations of climate change: A meta-analysis of the research field. *Environmental Communication*, 8(2), 142–160.
- Sethi, S. P. (1977). *Advocay advertising and large corporations*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Sharma, S., & Vredenburg, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities. *Strategic management journal*, 729–753.
- Slawinski, N., & Bansal, P. (2012). A matter of time: The temporal perspectives of organizational responses to climate change. *Organization Studies*, 33(11), 1537–1563.
- Slawinski, N., Pinkse, J., Busch, T., & Banerjee, S. B. (2017). The role of short-termism and uncertainty avoidance in organizational inaction on climate change: A multi-level framework. *Business & Society*, 56(2), 253–282.
- Snow, D. A., Rochford Jr, E. B., Worden, S. K., & Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American sociological review*, 464–481.
- Stocker, T. (Ed.). (2014). *Climate change 2013: the physical science basis: Working Group I contribution to the Fifth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge University Press.
- Sullivan, R. (Ed.). (2008b). *Corporate responses to climate change: Achieving emissions reductions through regulation, self-regulation and economic incentives*. Sheffield, UK: Greenleaf.
- Sullivan, R., Crossley, R., & Kozak, J. (2008). *Corporate greenhouse gas emissions management: The state of play. Corporate responses to climate change: Achieving emissions reductions through regulation, selfregulation and economic incentives*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2016). *Energia- ja ilmastotavoitteet strategiатыön taustalla*. <http://tem.fi/energia-ja-ilmastotavoitteet> (Luettu 22.4.2018).
- UNESCO (2010). *Teaching and learning for a sustainable future: What is sustainable development?* [http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme\\_a/mod02.html?panel=1#top](http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_a/mod02.html?panel=1#top) (Luettu 22.4.2018).
- UNFCCC (2018). *Summary of the Paris Agreement*. <http://bigpicture.unfccc.int/#content-the-paris-agreemen> (Luettu 20.4.2018).

- Valtioneuvosto (2016). Strategia linjaa energia- ja ilmastotoimet vuoteen 2030 ja eteenpäin. [http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset\\_publisher/1410877/strategia-linjaa-energia-ja-ilmastotoimet-vuoteen-2030-ja-eteenpain](http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410877/strategia-linjaa-energia-ja-ilmastotoimet-vuoteen-2030-ja-eteenpain) (Luettu 22.4.2018).
- Van Dijk, T. A. (2000). New (s) racism: A discourse analytical approach. *Ethnic minorities and the media*, 37, 33-49.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*, 44(2-3), 95-105.
- Weinhofer, G., & Hoffmann, V. H. (2010). Mitigating climate change—how do corporate strategies differ?. *Business Strategy and the Environment*, 19(2), 77-89.
- World Resources Institute (2018). World Resources Report: Adaptation to Climate Change: Moving Beyond "Reactive" Approaches. <http://www.wri.org/our-work/project/world-resources-report/adaptation-climate-change-moving-beyond-reactive-approaches> (Luettu 12.4.2018).
- WWF (2017). Uhat: Ilmastonmuutos. <https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/> (Luettu 24.5.2018).
- WWF (2018). Vaikuta kanssamme: Yhteistyömuodot. <https://wwf.fi/vaikuta-kanssamme/yhteistyö-yritysten-kanssa/yhteistyömuodot/> (Luettu 24.5.2018).
- YLE (2010): Elävä arkisto: Meksikonlahden öljykatastrofi. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2010/08/17/meksikonlahden-oljykatastrofi> (Luettu 29.5.2018).

# LIITTEET

## Liite 1: Uutisaineisto

HELSINGIN SANOMAT		
HS1	Yli 600 yritystä ja sijoittajaa vetoaa Trumpia jatkamaan ilmastotoimia	11.1.2017
HS2	Vuoden paras ilmastouutinen? Kiina torppasi yli sadan hiilivoimalan rakentamisen	18.1.2017
HS3	Pääministeri Sipilä lensi lentokoneen Tromssaan ja paljasti Suomen arktisen iskulauseen: ”Jos se toimii Suomessa, se toimii kaikkialla”	23.1.2017
HS4	Kaikki haluavat palan hyistä pohjoista – HS selvitti, miksi arktisesta alueesta kiistellään	24.1.2017
HS5	Ilmastomuutosta epäilevä Trump rikastuttaa sähköautoguru Elon Muskia – läheinen suhde sai Teslan osakkeen nousukiitoon	27.1.2017
HS6	Tesla-johtaja Musk pitää kiinni paikastaan Trumpin neuvonantajana – ”Uskon, että tämä tekee hyvää”	5.2.2017
HS7	Trump voi saada paljon pahaa aikaan, mutta edes hän ei voi kääntää kelloja	6.2.2017
HS8	Aurinkosähkö valtaa alaa – Suomikin voisi olla mukana	12.2.2017
HS9	Autonvalmistajat lähettivät Donald Trumpille kirjeen: Kumoa Obaman bensapäätös, valmistajat vaativat	13.2.2017
HS10	Keinoälyfirman perustaja haluaa parantaa syövän ja hidastaa ilmastomuutosta – ”Tulevina vuosina nähdään läpimurtoja, jotka muuttavat maailmaa enemmän kuin sähkö”	21.2.2017
HS11	Trump pitää ilmastomuutosta kiinalaisten huijauksena – asiantuntijoiden mukaan Yhdysvallat ei pysäytä autojen sähköistymistä	11.3.2017
HS12	Vääristely hämärtää viestiä	17.3.2017
HS13	Tutkijat varoittivat hallituksen biotalousinnon kiihdyttävän ilmastomuutosta – Ministeri Tiilikainen kiistää kritiikin	26.3.2017
HS14	Kahvi uhkaa loppua, jos ilmastomuutos etenee – ”Tämä on dramaattisen vakavaa”	28.3.2017
HS15	Trump ryhtyi romuttamaan ilmastopolitiikkaa – Tiistaina allekirjoitetun asetuksen ennustetaan elvyttävän kannattamatonta hiilivoimaa	28.3.2017
HS16	Trump lähti hajottamaan ilmastopolitiikkaa, nyt myös Putinin puheissa on samoja kaikuja – suurin saastuttaja Kiina on päätenyt lämpenemistaistelun eturiviin	2.4.2017
HS17	Poukkoileva ilmastopolitiikka ruokkii epävarmuutta	5.4.2017
HS18	Oppimispelisiä tekevät nyt kaikki – Espoolaisnuoret testasivat uuden kestävään kehitykseen kannustavan pelin	13.4.2017
HS19	Mies nimeltä Doug Derwin käyttää miljoonia, jotta Teslan Elon Musk lopettaisi yhteistyön Donald Trumpin	21.4.2017

	kanssa – ja syy on ilmastonmuutos	
HS20	Energiantuotanto kaipaa lisää yhteiskuntavastuuta	28.4.2017
HS21	Arktinen neuvosto elää epävarmuuden aikaa	5.5.2017
HS22	Norjan valtava öljyrahasto laski hiilijalanjälkensä: sijoitussalkku ”saastuttaa” kaksi kertaa enemmän kuin koko Norjan alue	16.5.2017
HS23	Ilmastopaneeli: Hallituksen kaavailemat metsien lisähakkuut kasvattaisivat päästöjä	23.5.2017
HS24	Biotalous kestävyyttä vaatii laaja-alaista näkemystä	28.5.2017
HS25	Helsingin telakka saamassa jättitilauksen japanilaiselta kansalaisjärjestöltä – ekoaluksesta on määrä tulla ”kelluva Maailma kylässä”, jolla risteilevät muun muassa varakkaat eläkeläiset	31.5.2017
HS26	Jopa suuret öljyfirmat vetoavat nyt Trumpiin, jotta Yhdysvallat pysyisi ilmastopöytäkirjassa	1.6.2017
HS27	Trump väitti ilmastopöytäkirjan tarvelevän Yhdysvaltojen talouden – asiantuntijat tyrmäävät presidentin luvut ja perustelut	2.6.2017
HS28	Koko maailmantalous perustui pitkään valheelle, uskoo YK:n kehitysohjelman johtaja – ”Meillä on edessämme järjestyvä muutos”	7.6.2017
HS29	Raha muuttaa yrityksiä	8.6.2017
HS30	Suomen on kasvatettava hiilikädenjälkeään	26.2.2017
HS31	Volvo panee kaikkiin malleihin sähkömoottorin vuonna 2019 – Professori: Muut valmistajat seuraavat ennen pitkää perässä	6.7.2017
HS32	Uusi tutkimus: Ilmastonmuutos vaikeuttaa lentoliikennettä – äärimmäisen kuumuuden takia on jo jouduttu perumaan lentoja Yhdysvalloissa	18.7.2017
HS33	Omavaraisuudesta on pidettävä huoli	25.7.2017
HS34	Energiantuotannon vallankumous jo käynnissä – aurinko ja tuuli kohoavat vauhdilla hiilen rinnalle	25.7.2017
HS35	Mika Anttonen teki yrityksestään St1:stä yhden Pohjoismaiden suurimmista polttoaineen jakelijoista – nyt öljyrahat ohjautuvat uusiutuvaan energiaan	28.7.2017
HS36	Voisiko Etelämantereelta lohkeavat jäävuoret kuljettaa tuhansien kilometrien päähän juomavedeksi? Sitä suunnitellaan nyt Arabiemiraateissa – suomalaisasiantuntijat pitävät hanketta utopistisena	2.8.2017
HS37	Järkevä pakkaaminen vähentää ruokahävikkiä – lisääntyvät yhden hengen taloudet hyötyisivät pienemmistä kuluttajapakkauksista	7.8.2017
HS38	Jo Kimmo Tiilikaisen naamasta näkee, mitä hän ajattelee ministerien uudesta salkkujaosta – uusi titteli auttaa vastaamaan ilmastonmuutokseen	12.8.2017
HS39	Tarvitsemme pitkäjänteistä teollisuuspolitiikkaa	26.8.2017
HS40	Täältä nousevat ilmaan Euroopan suurimmat hiilidioksidipäästöt – Saksan viherkäännöksen varjopuolet näkyvät valtavilla louhoksilla, jossa aktivistit istuvat hiilijunien raiteilla	28.8.2017
HS41	Auton polttomoottori on hieno teknologia, jonka me ihmiset pilasimme – Kohtalokas virhe tapahtui Yhdysvalloissa 1970-luvulla, sanoo tutkija	4.9.2017

HS42	Norjan suuri ristiriita tiivistyy Lofoteilla – ympäristöteosta mainetta saanut maa pohtii öljyn etsimistä luonnoltaan rikkaalla rannikolla	10.9.2017
HS43	Vastuullinen liiketoiminta on kannattavaa	14.9.2017
HS44	Fortumin havitteleva yhtiö joutui OP:n mustalle listalle – hiiliriski pelottaa suursijoittajia ympäri maailman	27.9.2017
HS45	Helsingin salainen ase ilmastomuutosta vastaan on valtava maanalainen järvi Esplanadin alla – Tältä veden täyttämä luola näyttää	28.9.2017
HS46	Englannista tuli viinimaa, jonka kuohuviinit kahmivat palkintoja – jopa Ranskan samppanjatalot nöyrytyvät nyt istuttamaan saarivaltion maaperälle	5.10.2017
HS47	Maatiloilla eletään murtumispisteessä	15.10.2017
HS48	Ranskassakin sato on pilalla	17.10.2017
HS49	Suomen biohankkeille tulikin yllätystoivoa EU-parlamentissa – Nils Torvalds kertoi olevansa ”suorastaan helvetin iloinen”, kun kompromissiesitys meni läpi väliäänestyksessä	23.10.2017
HS50	Selvitys: Maailman 250 suurinta yritystä tuottaa noin kolmasosan ihmiskunnan kasvihuonekaasupäästöistä	31.10.2017
HS51	Kiinalaiset rakensivat Teslan Model X -kopion, koska Elon Musk antoi luvan kopioida Teslaa, jos sen tekee ”vilpittömässä mielessä” – Mutta mitä ihmettä se tarkoittaa?	8.11.2017
HS52	Parjattu polttomoottori voisi saada syntinsä anteeksi, mutta se maksaa, sanoo VTT:n tutkija – ”Yleensä ihmiset ostavat halvinta, se on julma tosiasia”	15.11.2017
HS53	”Trump haluaa vedota myyttiseen ohiolaiseen kaivostyöläiseen” – Obaman ilmastopolitiikan perintöä tärvtään nyt vauhdilla, sanoo tutkija	17.11.2017
HS54	Ilmastomuutoksen hillintä on parasta elinkeinopolitiikkaa	22.11.2017
HS55	Vessasiivoojasta sosiaalisen yrittäjyyden keulakuvaksi – Leila Janah nostaa tuhansia köyhyysrajan alapuolella olevia ihmisiä työelämään	30.11.2017
HS56	Kamppailu hiilipäästöjä vastaan kaatuu tehottomuuteensa, ympäristöneuvos varoittaa – syynä umpimähkäinen syöksy kohti uusiutuva energiaa	3.12.2017
HS57	Metsien käyttö hillitsee ilmastomuutosta	8.12.2017
HS58	Tilastokeskus: Lisääntynyt hiilen käyttö nosti Suomen kasvihuonepäästöjä	8.12.2017
HS59	Trump aikoo poistaa ilmastomuutoksen maailmanlaajuisten uhkien listalta – USA:n taloudelliset edut korostuvat uudessa turvallisuusstrategiassa	18.12.2017
HS60	Tutkimus: Ilmastomuutos tuo lisää turvapaikanhakijoita Eurooppaan	22.12.2017
KAUPPALEHTI		
KL1	Ilmastovouhotus on iso vitsi	30.1.2017
KL2	"Ilmastovouhotus" on bisneksen paikka	2.2.2017
KL3	Lehti: Britannia tuhlaa tuhattomia summia puun polttoon, ”ei auta ilmastoa”	23.2.2017
KL4	Öljyjätti Exxonin toimitusjohtaja kamppailee ilmastomuutosta	24.2.2017

	vastaan	
KL5	Ilmastotragedia on riski sijoituksille	5.3.2017
KL6	Suomi ehdottaa metsänieluille omaa laskutapaa	20.3.2017
KL7	Timo Tyrväinen: "Ilmasto voi pelastua tilinpäätösaineistoa kehittämällä"	10.4.2017
KL8	Hurja tavoite: Liikenteeseen 50 prosentin päästövähennykset 15 vuodessa	28.5.2017
KL9	"Harhaanjohtajuutta, haitallista planeetalle" - suomalaisyritykset tuomitsevat Trumpin päätöksen irtautua ilmastopimuksesta	2.6.2017
KL10	Exxon Mobil joutui taipumaan: Sijoittajat vaativat öljyjätiltä ilmastomuutoksen vaikutusten raportointia	2.6.2017
KL11	Kesko asetti mittavat ilmastotavoitteet: 18 prosentin päästövähennys vuoteen 2025 mennessä	21.6.2017
KL12	Huoli ilmastomuutoksesta ei näy ruokalautasella - "Emme halua pakottaa ketään kasvissyöjiksi"	6.7.2017
KL13	Mepit saavat hiilinelut näyttämään päästöiltä	14.7.2017
KL14	Ilmastomuutos muokkaa lentämistä: vähemmän matkustajia, kalliimmat liput	23.7.2017
KL15	Suurkaupunki kokeilee hellettä helpottavaa asfalttia	22.8.2017
KL16	Parlamentin metsäpäätös sai ympäristöjärjestöt pettymään - "Pariisin ilmastopimuksen tavoitteet karkaavat käsistämme"	14.9.2017
KL17	Jo kolmannes pk-yrityksistä liikkeellä ilmastomuutoksen torjunnassa	15.9.2017
KL18	Barcelonaan viikonlopuksi 39 eurolla? "Tämä elämäntapa ei vain enää vetele", sanoo St1:n Mika Anttonen TE:ssä - lataa radikaalin ilmasto-ohjelman	21.9.2017
KL19	Myynti yli 100 prosentin kasvussa — LeaseGreen tähtää korkealle	2.10.2017
KL20	Suomelta yli 100 miljoonaa euroa Maailmanpankin ilmastorahastoon	12.10.2017
KL21	Elon vastuullisen sijoittamisen asiantuntija: Hiilijalanjälki ei riitä alkuunkaan mittariksi	15.10.2017
KL22	Debatti: "Bisnes mukaan ilmastotalkoisiin"	6.11.2017
KL23	WWF opastaa torjumaan ilmastomuutosta sijoituksissa	9.12.2017